

# CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 | Nº 190 | EN PÁGINAS CENTRALES

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€  
Diciembre 2022 // Año MMXXII // CONTRASTE 254



**TIME FORCE**  
ultimate concept watches



**TIME MASTER ULTRA SLIM**

Distribuidor Oficial España  
Iberia Investment Gold SL - [ingold@timeforcewatch.com](mailto:ingold@timeforcewatch.com) - +34 691 21 37 75 - Oficina +34 983 33 44 24

Servicio Técnico Oficial  
Postventa Relojeros SL - [service.es@timeforcewatch.com](mailto:service.es@timeforcewatch.com) - +34 981 91 41 34

[www.timeforcewatch.com](http://www.timeforcewatch.com)

 @timeforcewatches

 @timeforcewatches



**COSAR**  
SILVER JEWELLERY



COLECCIÓN DALIA

WWW.COSARSILVER.ES

Contáctenos para conocer nuestra nueva colección, una selección de finas y atractivas joyas diseñadas para aportar mucho estilo cualquiera que sea la ocasión.

 @cosar\_jewelry

 +34 664 527 589

 info@cosarsilver.es

## Estilo

Págs. 26-32

Los anillos y brazaletes viven su momento de gloria y se colocan en lo más alto de las tendencias. Nuevos estilos conquistan el joyero



Pág. 33

Luca Barra y Chi Mi Ama destacan su esencia ▶

Pág. 37

Los atemporales de Malizzia para estas navidades



Pág. 38

Desafiando retos y rompiendo moldes con ECH Jewelry

Págs. 44-45

Ganadora Premio Internacional Arte y Joya ▶



# CONTRASTE

ORO Y HORA Mundo técnico desde 1949 | Nº 190 | EN PÁGINAS CENTRALES

www.grupoduplex.com // Abono anual: 15€  
Diciembre 2022 // Año MMXXII // CONTRASTE 254

Págs. 04-06

## Diamantes creados, ¿moda o valor?

► “En nuestro país el diamante creado es un producto muy novedoso, en cambio en Estados Unidos o Asia se trata de un producto ya conocido por el consumidor”.

► “El hecho de que sean diamantes creados por el hombre los dota de un gran potencial. Una de las causas de su futuro será la posibilidad de satisfacer la demanda existente en el mercado”.

La industria del diamante ha experimentado una evolución a lo largo de las últimas décadas promovida por la sostenibilidad, las tendencias y los hábitos del consumidor. Mientras esta piedra preciosa puede perdurar en el tiempo, lo que realmente es para siempre es el cambio. ¿Qué tiene que ver el diamante creado en todo esto? ¿Hablamos de valor y futuro o sólo moda? ¿Por qué provoca tanta incertidumbre este diamante? Los diamantes creados en labo-

ratorio han creado un nuevo mercado y un campo de juego más amplio mientras que, al mismo tiempo, los diamantes naturales pueden continuar conservando su nicho. La sostenibilidad y las nuevas generaciones tienen mucho que ver en el auge de los diamantes creados, ¿realmente son estos fundamentos la clave del éxito? Diamantes naturales vs diamantes creados, el debate que dividió al sector joyero y que hoy sigue presente. ♦



Cauny x Álvaro Siza: arquitectura y relojería se alían



A principios de mes Cauny presentó en un evento su colaboración con el arquitecto Álvaro Siza. El primer reloj de la marca diseñado íntegramente por uno de los arquitectos más reconocidos.

Pág. 22

## Relojería y joyería se dan la mano en VicenzaOro

El nuevo espacio TIME hará su debut en la próxima edición de VicenzaOro, que se celebrará del 20 al 23 de enero. TIME acogerá a unas cuarenta empresas y marcas

Pág. 18

## TW Steel y Consulting Almaana

Conocida por su labor con Pesavento, Consulting Almaana dedicará su saber hacer a TW Steel

Pág. 15

## Helior, experiencia y dedicación desde Valencia



Helior es un taller de joyería artesanal que lleva desde 1970 diseñando y dando forma a todo tipo de joyas. Descubrimos como la tradición y la evolución tecnológica se alían en este taller de artesanos. ♦

EL EQUIPO DE GRUPO DUPLEX OS DESEA FELICES FIESTAS  
GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS UN AÑO MÁS Y CONTIAR EN NOSOTROS

GRUPO  
DU  
PLEX  
GRUPODUPLEX.com



# Diamantes creados, ¿moda o valor?

La entrada en la industria de estos diamantes dividió al sector joyero, abriendo un largo debate todavía hoy vigente



Facet

© Beatriz Badás Álvarez

La industria del diamante ha experimentado una evolución a lo largo de las últimas décadas promovida por la sostenibilidad, las tendencias y los hábitos del consumidor. “Los diamantes son para siempre” es la clave que provoca el éxito de esta industria y el cómo se ha convertido en un valor seguro, en un deseo, una oda al amor y al lujo. O así era por los menos al principio, cuando el diamante solo era accesible para unos pocos mientras que, en la actualidad, se han vuelto más accesibles y más buscados. Y es que mientras esta piedra preciosa puede perdurar en el tiempo, lo que realmente es para siempre es el cambio. ¿Qué tiene que ver el diamante creado en laboratorio en todo esto? ¿Hablamos de valor y futuro o sólo de moda?

“El diamante creado es la nueva tendencia de nuestra década”, afirma Bondiamant. “Ha entrado con mucha fuerza en el mercado y ha generado gran incertidumbre en el mundo profesional de la joyería ya que el gran temor era saber que pasaría con los diamantes, y si pasaría lo mismo que pasó con las perlas cultivadas. Mucha gente pensó que vendría el fin del diamante natural y nosotros opinamos que la entrada de un nuevo producto sustitutivo en el mercado no tiene por qué ser negativo”, añade.

La piedra preciosa más deseada, pero ¿por qué?. Aunque los diamantes ya existían desde mucho antes, no se convirtieron en un verdadero deseo hasta que llegó el fundador de De Beers, Cecil Rhodes, para convertir a esta compañía en líder de la industria del diamante durante más de un siglo. De joya a referente cultural a través de una serie de estrategias, que son hoy ejemplo para otros líderes, en las que destaca el control del suministro, la reserva estratégica para modificar la oferta de demanda del mercado, y la campaña de marketing, una de las más exitosas de la historia de la publicidad, “*a Diamond is forever*”. En ese momento, las novias empezaban a tener sus anillos de compromiso con diamantes y esta piedra preciosa empezó a ser un deseo real, así como un vínculo con el éxito profesional y personal de los consumidores. En 2016, De Beers se enfrentó a los diamantes creados con una campaña publicitaria llamada “lo real es raro”; y es que la entrada en la industria de estos diamantes dividió al sector joyero abriendo un largo debate todavía hoy vigente. Al mismo tiempo, en 2018, De Beers lanzó su primera línea de diamantes creados en laboratorio al precio más bajo del mercado lo que se tradujo, para muchos, en una estrategia para denigrar a este tipo de diamante. Una estrategia sin éxito.

El diamante creado también tiene su historia y así nos la cuentan

## Los diamantes creados se van a consolidar en el mercado

desde el Laboratorio Gemológico MLLOPIS. “Cómo gemólogo sé que desde 1954 La General Electric Co. empezó proyectos de creación de diamante sintético a base de mucha presión y temperatura, estos procesos se han ido mejorando hasta que finalmente su producción en serie es una realidad a un precio asequible. Al principio, los primeros que se fabricaban eran costosos, de pequeño tamaño y de mala calidad, es por ello que se utilizaban más en industria que en joyería. En la actualidad, se consiguen de muy buena calidad, de diferentes tamaños y a un precio muy comercial”.

### ¿Qué ha llevado al diamante creado a introducirse en el sector de la joyería?

Las redes sociales, marcas que nacen en el ámbito digital que llegan con aires renovados y con el objetivo de ofrecer una nueva visión, y *celebrities* tienen mucho que ver con el cambio que la industria del diamante está viviendo: quien no recuerda el anillo de pedida de Hailey Bieber o Ariadna Grande, en tamaño maxi, o el momento en el que Zoe Kravitz, Lady Gaga, Billy Porter o Penélope Cruz lucieron diamantes creados en laboratorio en la alfombra roja. A un lado quedó la escena de Marilyn Monroe llena de diamantes o el sueño de Audrey Hepburn en “Desayuno con diamantes”; ahora, las nuevas generaciones y un *target* exigente desea

diamantes para todos.

Estos cambios, en realidad, han revolucionado el sector de la joyería en general, tanto que adquirir joyas de forma *online* ya no resulta difícil o incómodo, ni siquiera si hablamos de diamantes. Otras tendencias dirigen estos cambios y son, probablemente, las más influyentes; como la sostenibilidad, la personalización en piezas únicas y el *genderless*. Los consumidores buscan satisfacer su deseo de destacar, de sentirse especiales y, al mismo tiempo, son cada vez más conscientes de lo que están comprando. A esto se suma que mientras el tiempo evoluciona, “nuevas soluciones y productos entran en el mercado”, como afirma Facet y “la introducción del diamante sintético en el mundo de la joyería se puede analizar desde tres puntos de vista: de la extracción o países extractores; de la fabricación y el comercio entre empresas; del mercado minorista o consumidor final y de la sostenibilidad”, añaden. Sin duda, un largo debate que pone en una balanza a las dos alternativas.

“Los diamantes creados en laboratorio se van a consolidar como una opción más dentro del sector debido a que la demanda de los consumidores por productos sostenibles, y con precios justos sin comprometer la calidad de la pieza final, es una tendencia que crece y que seguirá creciendo”, afirma Réver.

Tendencias que se definen en oportunidades y que muchas

empresas han querido satisfacer apostando por el diamante creado en laboratorio. “El futuro del diamante creado es el de facilitar a más público el lucir una joya con un diamante, a un precio más asequible que el que tiene uno natural. También hay que tener en cuenta el uso industrial que tienen los diamantes para todo tipo de maquinarias. El poder producirlos de manera sintética ayuda a que los suministros para estos equipos sean más económicos y no dependan de su extracción en la naturaleza”, afirman desde el IGE. ¿Por qué provoca entonces tanta incertidumbre este diamante?.

### Diamante creado vs diamante natural

Los diamantes creados en laboratorio han creado un nuevo mercado y un campo de juego más amplio mientras que, al mismo tiempo, los diamantes naturales pueden continuar conservando su nicho ya que, como afirma Facet, “lo que hace que un diamante natural sea algo realmente extraordinario son las condiciones tan particulares en las que se forman, su escasez y su dificultad de extracción en los lugares más inhóspitos del planeta (las estadísticas muestran que tan sólo se encuentran 0.30 cts. de diamantes por cada tonelada de roca procesada en el origen), además de su particular composición química (compuesto casi en 100% por un solo elemento químico: carbono), y su asociación con el amor, la belleza y la pureza”. ¿Podrán convivir entonces ambos diamantes en el sector joyero?.

“En nuestro país el diamante creado es un producto muy novedoso, en cambio en Estados Unidos

o Asia se trata de un producto ya conocido por el consumidor. Por lo tanto, se trata de una materia prima que debe ser explicada para que el consumidor lo entienda y pueda considerarlos como una opción de compra. El consumidor debe tener claro que este tipo de diamantes son físicos, químicos y ópticamente idénticos a los diamantes extraídos de las minas y que su origen es el único factor diferencial: bajo la tierra para un diamante extraído y sobre la tierra para un diamante creado”, cuenta Réver. “Adicionalmente, tenemos que tener en cuenta que la extracción de diamantes de mina está disminuyendo, mientras que la demanda está aumentando. En este sentido, la capacidad de producción de los diamantes creados en laboratorio sigue aumentando (x2) respecto al año pasado, 2020”, añade.

“Si echamos la vista atrás, hemos visto que perlas cultivadas de agua salada conviven con perlas cultivadas de agua dulce, que con moluscos de agua dulce se han conseguido tamaños de perlas semejantes a las de Mares del Sur, y todas están en el mercado. Una buena publicidad hace milagros y si no vean las perlas de imitación, lo importantes que han llegado a ser. A la vuelta de 2 o 3 años, sin ir más lejos, el diamante sintético se paseará por las tiendas y será un producto más para elegir”, afirma MLLOPIS.

Según Statista, para finales de 2019 se esperaba que el valor de mercado de los diamantes cultivados en laboratorio ascendiera a unos 19.500 millones de dólares estadounidenses; un pronóstico para esta cifra predice que este mercado



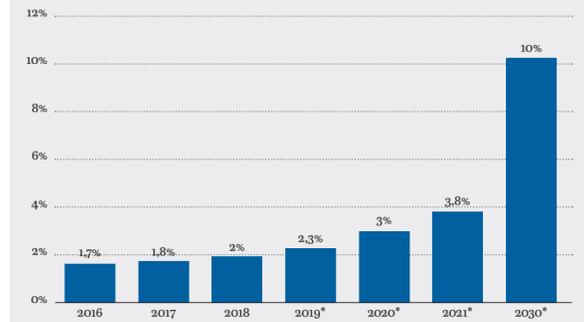
PDPAOLA

Este mercado aumentará su valor en 29.200 M.\$

aumentará su valor a aproximadamente 29.200 millones de dólares estadounidenses para 2025. Y es que, como afirman desde PDPAOLA “el hecho de que sean diamantes creados por el hombre los dota de

“El diamante se comercializa desde hace más de 400 años y, desde entonces, se ha intentado introducir nueva tecnología para abaratar el producto. Han teñido brillantes con temperatura y presión, han inyec-

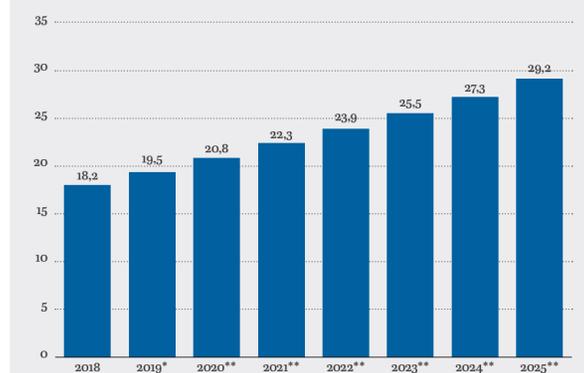
Cuota de mercado de diamantes cultivados en laboratorio en todo el mundo de 2016 a 2030



Fuente: IGDA @ Statista 2022

Información adicional: Worldwide: 2016 to 2018

Valor de mercado de los diamantes cultivados en laboratorio en todo el mundo entre 2018 y 2025 (en miles de millones de dólares estadounidenses)



Fuentes: Bryan Hill: Transparency Market Research @ Statista 2022

Información adicional: Worldwide: Transparency Market Research, 2019

un gran potencial. Una de las causas de su futuro será la posibilidad de satisfacer la demanda existente en el mercado y esto conllevará posiblemente a la democratización del precio del diamante”.

Hay que tener en cuenta también que los diamantes naturales tienen todas las de ganar para conservar su nicho, aunque sólo sea por su tradición e historia, por ser partícipes del inicio de lo que hoy conocemos como joyas de compromiso; como afirma ALTR, “los diamantes creados no son sustitutos, sino que se complementan, el resultado final debe ser que el mercado se expanda y que las ventas de joyería crezcan”.

tado silicona para llenar agujeros en las piedras y así venderlas como si fueran puras o casi puras, cuando en realidad tenían defectos llenos en silicona. Y, con todo esto, el mercado del diamante ha superado los baches y ha salido ganando”, cuenta Bondiamant. “Un punto débil que todavía queda por superar para el diamante creado es la reventa. El diamante hasta hoy se comporta como un producto de inversión, en algunos casos como fondo de refugio y esta ha sido su gran ventaja durante siglos. En cualquier país, cualquier joyería, te convertirá en dinero el diamante”.



Réver

**¿Millennial o público tradicional?**

Un informe de la industria de diamantes publicado por Bain en 2021, indicó que casi el 70% de los consumidores de la generación *millennial* considerarían un diamante creado en laboratorio como un anillo de compromiso. “Una parte importante de nuestro público es precisamente el consumidor *millennial*. Un cliente que es nativo digital y que exige responsabilidades a nivel de impacto social y ambiental en la industria. En el pasado, el consumidor de lujo solo preguntaba cuánto costaba un artículo, pero el consumidor de lujo actual además quiere saber las condiciones en las que se ha creado la pieza y su impacto”, nos cuenta Réver.

La joyería con diamantes creados en laboratorio está ganando cada vez más su espacio en el mercado, según cifras publicadas recientemente en Estados Unidos y cómo indica ALTR “ya representa el 10% de la joyería con diamantes”. “La tasa de crecimiento de las ventas es de dos dígitos y lo hemos contrastado con diferentes actores que ven que la joyería con diamantes creados en laboratorio gana cada vez más atracción entre los consumidores, siendo los anillos de compromiso una de las piezas más solicitadas”, añade.

“El diamante sintético es un producto que supongo tendrá su hueco en el sector joyero y se quedará como un producto que tendrá una demanda determinada dentro de cierto perfil de consumidor, que le interesará por motivos determinados como precio, diseño, etc”, afirma Gemacyt; lo que continúa

poniendo en duda si este diamante se puede considerar como parte del futuro del sector o estamos ante una necesidad para las nuevas generaciones que se mueven por tendencias. Sin embargo, para Mimoke “los clientes que están demandando este tipo de diamantes son de todo tipo, aunque podemos destacar un rango de edad entre 25 y 45 años”. Añaden además que “las ventas se están incrementando notablemente pero aun queda mucho por trabajar, los profesionales del mercado nacional al igual que otros en Europa todavía sigue sin aceptar el diamante creado, como así está pasando en otros mercados mucho más dinámicos, aunque se perciben cambios notables por los antes mencionado y la demanda de los consumidores”. Para PDPAOLA, “el *target* general incluye a un público principalmente femenino, con personalidad elegante, sencilla y audaz y en un rango de 25 a 40 años.”

“Pienso que el diamante sintético será un producto que el 80% de la población terminará usando en un futuro, ya que cada vez cuesta más abrir nuevas minas de diamantes naturales y por lo que sus precios (naturales) alcanzarán niveles bastante altos”, afirma la gemóloga, tasadora y perito Isabella Seijo.

Claro que, a todo esto se deberá de sumar, como afirma Gemacyt, que “las empresas que quieran ofrecer el diamante sintético deben informarse fehacientemente de las propiedades, características, pros y contras de este para transmitir la realidad del producto al consumidor, garantizándole, a través de certificados independientes o

**El 80% de la población terminará usando un diamante creado**

garantías personales, la naturaleza de este, como sucede con cualquier otro producto que aparezca en el mercado”.

**¿Economía o sostenibilidad?**

“Se ha hablado mucho de la importancia que pueden tener las generaciones futuras de consumidores en la industria en relación al diamante de laboratorio. Lo cierto es que no paramos de escuchar que los *millennials* y, en especial la generación Z, apuestan por este tipo de diamantes porque son unas generaciones promotoras de la sostenibilidad y del consumo responsable. Pero, ¿es realmente sostenible el diamante de laboratorio?”, afirma Facet. Hay que tener en cuenta, como nos cuenta PDPAOLA, que “el mercado también cuenta con otros mecanismos para reducir estos riesgos en la minería de diamantes naturales, entre ellos se encuentra el Proceso de Kimberley”.

Para 2030, se prevé que el volumen de mercado mundial de diamantes cultivados en laboratorio sea de casi 19,2 millones de quilates. En esta sociedad, cuando un producto tiene un coste elevado, se le añade deseo y genera esa sensación de lujo; es decir, el precio se convierte en una estrategia de marketing.

Según el informe de De Beers *Diamond Insight*, en los últimos cinco años casi el 60% de los consumidores y más del 80% de los líderes de opinión han optado por comprar un producto elaborado de manera más responsable. La demanda de joyas sostenibles se encuentra entre las tendencias de búsqueda de Google. Por otro lado, el 56% de los consumidores están dispuestos a pagar entre un 10% y un 20% más por las marcas de diamantes naturales que pueden demostrar que operan de manera social y ambientalmente responsable. Casi el 17% de los consumidores están dispuestos a pagar un 25% o más por un diamante natural sostenible. Y es que, como afirma Facet, “cabe destacar que la industria del diamante natural es de las más reguladas en todo el mundo y gracias a ella más de 10 millones de familias se benefician. Además, en la industria del diamante natural un 80% del valor anual de un diamante natural en bruto se queda en los países de los que se extraen, beneficiando a las comunidades locales”.

¿Entonces hablamos de una cuestión económica o sostenible?, sobre todo si tenemos en cuenta que “los diamantes sintéticos son un 30% más económicos aproximadamente que los naturales (Facet). Según Mimoke, “los motivos son varios y creo que al final, son un sumatorio de ambas, tenemos casos donde el presupuesto disponible resulta inviable para una pieza con diamantes naturales, casos donde se pretende una pieza espectacular reservada a bolsillos realmente pudientes en caso de diamantes naturales y viable con diamantes de laboratorio. Por otro lado, están los diamantes fancy donde simplemente no hay oferta en diamante natural y resulta sencillo en laboratorio y por último hay situaciones donde el desapego a los diamantes naturales es patente y

no se contempla nunca su compra, por motivos medioambientales y sociales”.

“En nuestro caso, la gran mayoría de clientes adquieren el producto por cuestiones de sostenibilidad. Obviamente, el factor precio es importante en nuestra marca; el hecho de no trabajar con intermediarios nos permite ajustar los precios al máximo y en consecuencia, podemos llegar a consumidores que nunca antes habían podido entrar en esta categoría de producto”, añade Réver.

Para PDPAOLA “es una cuestión de disponibilidad y económica. Disponibilidad en cuanto a que el hombre los puede crear según la demanda del mercado. Económica en cuanto a que los diamantes de laboratorio, por lo general, presentan un importe más asequible que los diamantes naturales de iguales características”.

**¿Qué es para ti un diamante sintético?**

“Un diamante sintético es una piedra sustituta del diamante natural que, a nivel profesional, creo que favorece al mercado más que dañarlo. Ha creado una nueva realidad en la industria y nos centramos más en diferenciar la piedra cuando ahora lo que toca es mejorar la transparencia y honestidad de nuestra rama”, Bondiamant.

“Los diamantes creados en laboratorio tienen exactamente la misma composición química, estructura cristalina, propiedades ópticas y físicas que los diamantes extraídos de las minas. La única diferencia entre ambos es su punto de origen. Por lo tanto, son reales como los diamantes extraídos en las minas, pero con un menor impacto en el planeta y en las personas que trabajan para producirlos”, Réver.

“Un diamante creado es un producto maravilloso al cual no hay que tener miedo o rechazo, que no hace más que mejorar, ampliando la oferta del sector, que tiene infinitas posibilidades como productos customizados, diamantes de colores y que permite atraer a nuevos consumidores y por tanto las ventas”, Mimoke.

“Desde un punto de vista “romántico”, el diamante es una de las piedras más bellas del mundo, la más vendida, la más utilizada en joyería, la más preciada, por sus colores, por sus brillos, por su resplandor, por su transparencia, por su dispersión, etc. Además de ser una piedra duradera en el tiempo, ya que por sus propiedades no le afecta ni la temperatura, ni los ácidos. Símbolo de estatus social, muy codiciada por las mujeres, símbolo del amor eterno, o al menos eso es lo que dice De Beers”, MLLOPIS.

Y para ti, ¿qué es un diamante creado? ♦



MLLOPIS

# Todo ha cambiado

## Repasamos los momentos del sector que han marcado este 2022

© Beatriz Badás Álvarez

Hacer balance del año puede resultar un reto o una satisfacción, siempre hay razones y puntos de vista que ponen en foco como ha transcurrido un año que, de nuevo, se ha presentado con situaciones complicadas que dejaban al futuro en un limbo. Pero aquí estamos, despidiendo un año para dar paso a otro que se traduce en nuevas oportunidades, primeras veces o un volver a empezar. Sea como sea, este año nos ha dado muchas razones para volver a ilusionarnos con el sector joyero y relojero. Repasamos los momentos del sector que han marcado este 2022 y que nos colocan en el camino hacia un largo futuro.

### Un escenario ferial recuperado

El inicio del año todavía se encontraba marcado por la pandemia y ciertas ediciones feriales tuvieron la necesidad de reprogramar sus fechas, como fue el caso de Inhorgenta Munich que pasó de febrero a abril cerrando las puertas de esta edición con 732 expositores y 17.285 visitantes; VicenzaOro también se vio obligada a cambiar sus fechas, aunque vivió una edición de éxito con más de 1.000 marcas expositoras y una importante presencia española, cerrando esta primera edición del año con un 24% más de asistencia; o Homi Fashion&Jewels, que se movió a marzo. Unos datos que demuestran como la recuperación de estas citas se fue experimentando durante el año.

Entre estos cambios, otras citas decidían mantener su plan para acelerar esa nueva normalidad, como MadridJoya que se convirtió en la primera cita del año celebrando su edición en febrero y cerrando las puertas con más de 1.000 empresas participantes entre todos sus salones y más de 31.000 profesionales. Aunque la sorpresa llegó en septiembre, con una edición totalmente renovada, un pabellón más, la apuesta por la internacionalización, la asistencia de alrededor de 35.000 visitantes y una cifra que superó en un 12% los datos registrados en la pasada edición de febrero, así como un sector muy ilusionado. A estas alturas, el sector y el calendario ferial ya estaba en fase de recuperación avanzada, como reflejó también la edición de VicenzaOro septiembre, que recuperó y superó los resultados previos a la pandemia, ya que el número total de visitas aumentó un 10% en comparación con 2019 y la asistencia internacional aumentó un 20%. Finalmente, el calendario ferial vuelve a ser lo que era.



MadridJoya



VicenzaOro

### Ucrania y Rusia

El conflicto que vive Ucrania debido al ataque de Rusia nos sorprendió en febrero y, lamentablemente, todavía no podemos decir que haya terminado. El inicio de este conflicto marcó un sentimiento de incertidumbre y miedo para todos que todavía se siente. Ante esta situación, el oro volvió a alcanzar máximos históricos tras la pandemia, otros metales registraron subidas como la plata o el paladio, la industria del diamante sufrió sus consecuencias y empresas con presencia en Ucrania y Rusia sufrieron este conflicto con cierres permanentes. Al mismo tiempo, el sector joyero mostró su lado más humano con donaciones, como la de Thomas Sabo, LVMH, PDPAOLA o el llamamiento de JOYA Barcelona para apoyar a Ucrania con la iniciativa "Precious Collective".



JOYA Barcelona



PDPAOLA

### Del mundo digital al offline

El mundo *online*, el *offline*, la llegada viral del metaverso e importantes cambios en el comportamiento del consumidor dieron lugar a un mayor interés por la sostenibilidad, a volver a apostar por tiendas físicas o el auge del mundo *phygital*, convertidos en momentos clave en 2022.

El metaverso se consolidó como un nuevo escenario para el sector de la joyería y relojería y diferentes marcas y empresas decidieron dar el primer paso en este nuevo mundo como IWC Schaffhausen creando el IWC Diamond Hand Club; Hublot, que presentó dos obras digitales NFT de la mano del artista Takashi Murakami o Frederique Constant, que se convirtió en la primera marca relojera en presentar un nuevo reloj en el Metaverso.

Al mismo tiempo, las ventas *online* continuaron al alza tras el auge vivido en 2020 y, según datos de Cnm, las ventas en joyería y relojería se incrementaron con un 3,5%, tras el alza del 44,1% en 2020. En concreto, en 2021 la relojería y la joyería facturó 131,2 millones de euros *online*. En el primer trimestre de 2022, se vendieron 32,3 millones de euros.

Entre tanta digitalización, las tiendas físicas recuperan su encanto y la apuesta del sector por el mundo tradicional es más que evidente. En junio, Germán Joyeros inauguró una nueva tienda en el centro de Valencia; Time Road estrenó un nuevo concepto de tienda en Barcelona, con un aspecto más femenino y moderno y un nuevo espacio dedicado a los productos *Hi-Tech*; Joyería Suárez prevé invertir en el próximo año 10 millones de euros para acabar su plan de expansión nacional e internacional, con la apertura de una quincena de nuevas tiendas en España y México y la vista puesta en Portugal; PDPAOLA también inició un importante plan de expansión con tiendas físicas propias en Barcelona, dos en Madrid, una en Sevilla y, en camino, otra en Bilbao.



Frederique Constant



Time Road

### Un sector más sostenible

La sostenibilidad continúa siendo el reto del sector, aunque este año diferentes momentos han marcado el inicio de un rumbo más ético. Alias Concept empezó el año anunciando que ya es oficialmente miembro certificado del RJC; al igual que SIKNO, que meses más tarde se convirtió también en miembro del RJC. O el caso de LVMH, que se hizo con una participación en Lusix, empresa israelí de diamantes cultivados en laboratorio.

Grupo Festina presentó las nuevas ECO BOXES dando así un paso más en favor de la sostenibilidad para sus marcas Festina y Lotus; Gold&Roses presentó una edición exclusiva de su colección más eco, Jardín de Aire, con la utilización de oro reciclado procedente del stock existente o de oro extraído de minería artesanal según el estándar de Minería Justa Fairmined, y con diamantes respaldados por la cláusula de garantías del Proceso Kimberley; Citizen lanzó cuatro modelos sostenibles que combinan tecnología con la amabilidad del medio ambiente; Alpina presentó el Seastrong Diver 300 Automatic Calanda, su primer reloj con una caja 100% realizada en acero reciclado.



Gold&Roses



SIKNO

### Momentos virales

Swatch anunció el lanzamiento de un nuevo reloj que llegaba en colaboración con la marca Omega. Ambas marcas colaboraron juntas por primera vez en la historia aunque, quizás, lo que no esperaron es que este modelo se hiciera tan viral en diferentes partes del mundo como España, Alemania, Italia o México. El mismo día que el reloj salió a la venta, se agotó y los medios de comunicación de diferentes partes del mundo no hablaban de otra cosa. Tal fue el éxito de la colección que se formaron largas colas a las puertas de las tiendas Swatch y también en otros centros comerciales, como El Corte Inglés de Plaza Cataluña (Barcelona) en el que muchos interesados hicieron cola la noche anterior para no quedarse sin su reloj.

Otro momento especial fue el de la diseñadora española Juana Martín y Plata Pura Joyas. La diseñadora presentó su colección de Alta Costura Otoño/Invierno 2021-2022 por primera vez en París y puso el broche de oro con un homenaje a la joyería con sello español; y es que la colección se completó con piezas diseñadas por Plata Pura.

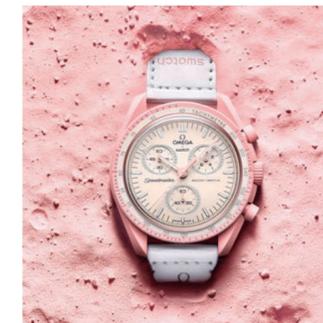
Con un enfoque más cercano a conquistar a las nuevas generaciones, Tous dejó este año de ser lo que era para apostar por una imagen más moderna y más allá del histórico osito. «Exploramos nuevos territorios, abrazamos nuevos códigos audiovisuales y presentamos un nuevo logo. ¿Esto es Tous?. Pues sí, esto y todo lo que viene es Tous». Por primera vez desde la década de los 90, Tous renovó su identidad, incluyendo un nuevo logo. Bajo el lema «We draft a word of joy», el nuevo Tous quiere seguir acompañando a las próximas generaciones en sus momentos más especiales aunque, esta vez, lo hará de un forma totalmente distinta.



Plata Pura



Grupo Festina



Omega x Swatch

### El nuevo camino de las Asociaciones

En marzo, la Asociación de Joyeros y Relojeros de Gijón proclamó a una nueva presidenta al frente, Isabel Suárez Llera, propietaria de la Joyería Suiza. Tras los 8 años al frente de Jesús Zapico, el cambio llegó con la que sería la primera mujer como presidenta en la Asociación. Unos meses más tarde, se anunció el renacimiento de AVAJOYA, la antigua asociación de fabricantes joyeros que regresó para cubrir las necesidades del sector joyero y, en junio, AVAJOYA presentó a su nueva presidenta, Mercedes Navarro Alberola, directora Ejecutiva de ELE KA Alianzas y Joyas.



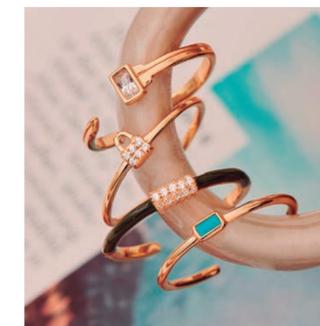
AVAJOYA



Asociación de JyR de Gijón

### La apuesta por el mercado español

El sector joyero continúa creciendo y se confirma con la apuesta de marcas internacionales por nuestro mercado. Este año fuimos testigos de la entrada de Borsari en España de la mano de Grupo Orquidea, de la alianza de Diamondfire con Grupo Expertis para potenciar su expansión en España, Gibraltar y Andorra; al igual que Ania Hahie que apostó también por Grupo Expertis para potenciar su crecimiento; así como el aterrizaje de Mabina con Iberia Retail Hub. O el caso de Daniel Wellington, que superó sus propias expectativas en España; distribuida en España por Diffusione Orologi, la marca cerró el ejercicio 2021 superando sus expectativas y con presencia en 150 puntos de venta. Al acabar este año, su objetivo estaba marcado en alcanzar 250 puntos de venta; y Time Force, que cuenta en la actualidad con 200 puntos de venta en nuestro país y de aquí a cuatro años sus distribuidores tienen como objetivo crecer hasta 800 puntos de venta. ♦



Ania Haie



Time Force

Versión extendida próximamente en [www.grupoduplex.com](http://www.grupoduplex.com)

# Actualidad Grupo Cadarso



## I.N.O.X Mechanical

Un diseño audaz, fuerte, moderno pero elegante. A primera vista, nada distingue al modelo de cuarzo de su versión mecánica, con un estilo idéntico en proporciones y características, sin embargo, en la parte trasera de la caja, una carcasa transparente nos muestra su mecanismo, un movimiento mecánico (ETA2824-2).

Además, este reloj mecánico I.N.O.X cuenta con una innovadora correa de madera elaborada sobre una base de cuero, que la hace más fuerte y duradera.

## Seiko Prospex Alpinist 2022 modelo exclusivo para Europa "Rock Face"

La inclinada pared rocosa de la cordillera se expresa sutilmente en la esfera gris estampada que revela un aspecto diferente a medida que cambia el ángulo de visión. El color de las agujas y los índices captan los tonos azules de las sombras de las montañas proyectadas por la luz del sol. El reloj es una edición limitada a 3.000 unidades y viene en un estuche especial con una correa de piel azul adicional. PVP 975€.



## Personaliza tus Joyas Secrecy

La colección personalizable de **Secrecy** se compone de colgantes, pulseras y anillos de Plata de Ley bañada en Oro de 24k, con circonitas blancas. Una colección de clásicos con diseño atemporal.

Escoge un texto, inicial o icono del catálogo, elige el tamaño y lleva ese mensaje siempre contigo; porque no hay nada más especial que tu historia grabada para siempre en una joya. Desde 39,90€, grabado gratis, envío gratis en 48H.

## Deslumbra esta Navidad con STARS By Radiant jewels

**Radiant** ofrece una amplia gama de joyas diferentes precios y estilos para cualquier ocasión.

Para estas fechas de cenas, reuniones y eventos la colección perfecta es sin duda **Stars**. ¡Serás la estrella de la velada! Piezas diseñadas en plata, con baño en oro de 24 quilates y circonitas.

Dentro de esta colección encontramos dos tipos de estrellas diferentes para cada momento: estrellas de marquises para brillar y ser el centro de atención, o estrellas de 8 puntas con una mini circonita, perfectas para el día a día o eventos más informales.

**Stars** ofrece una gran variedad de piezas, desde colgantes finos, pulseras, criollas, anillos ajustables, hasta pendientes exuberantes.



Descubra las últimas novedades en nuestro portal B2B

Descúbralas entrando en [b2b.grupocadarso.com](https://b2b.grupocadarso.com), para más información contacte con nosotros a través de [clientes@grupocadarso.com](mailto:clientes@grupocadarso.com)



# Borsari Gioielli, elegancia e innovación made in Italy

Materiales preciosos, innovación y artesanía son los tres pilares que guían la marca Borsari Gioielli



© Beatriz Badás Álvarez

**B**orsari Gioielli tiene sus raíces en Verona, la ciudad italiana que Shakespeare hizo famosa en todo el mundo con la ópera Romeo y Julieta; y es precisamente en Verona donde las colecciones cobran vida en los laboratorios de la marca. Nacida de la pasión y la iniciativa de la familia Bonato, los vínculos de Borsari Gioielli con la ciudad italiana también son inherentes a la marca, de hecho, el nombre es un homenaje al monumento homónimo Porta Borsari, que en la época romana fue una de las principales entradas a la ciudad y todavía hoy es un ejemplo de belleza y solidez. Dos características que Borsari Gioielli quiere transmitir en sus joyas, atemporales por su diseño diferenciado y refinado y que mantienen su valor en el tiempo gracias a la mano de obra y la calidad de los materiales.

Borsari Gioielli siempre ha marcado

la diferencia por el procesamiento de aleaciones de metales preciosos. El oro y la plata se trabajan según técnicas innovadoras, manteniendo una artesanía completamente *made in Italy*. La investigación continua de las técnicas de fabricación ha permitido desarrollar nuevos enfoques a lo largo del tiempo, sin dejar de lado la tradición más antigua de la joyería artesanal. Así ocurre con la creación "Milano", de orfebrería histórica, revisada y reelaborada por Borsari Gioielli para dar vida a colecciones icónicas de la marca; como "Opera", una línea de pulseras para hombre que otorga ligereza y suavidad a la plata. La colección pretende ser un homenaje a otro elemento básico de la ciudad italiana: la ópera. Borsari Gioielli también presenta colecciones femeninas sofisticadas y diferente entre sí, pero siempre bajo un denominador común: atención especial a los materiales y un diseño caracterizado por la tradición y la modernidad.

Un importante ejemplo de ello es la

colección "Venere", formada por pulseras y collares de hilo metalizado de colores. Una joya versátil, equilibrada y con extraordinaria luz y frescura. O "Prospektiva", la más reciente entre las colecciones de mujer, que destaca por un diseño más esencial, donde las sombras y las formas geométricas dan profundidad a la joya. Pulseras, pendientes y collares en plata rodiada, con baño de oro amarillo o rosa de 2 micras, para una mujer elegante y con carácter, que no necesita atreverse, pero que sorprende con detalles sencillos y refinados.

En el mundo de la joyería, el diseño y el refinamiento son elementos fundamentales y Borsari Gioielli siempre ha tratado de desarrollar colecciones modernas con un carácter fuertemente definido. Todo ello sin renunciar al elemento principal de cada creación: la búsqueda de materiales de calidad. El procesamiento de materiales como el oro y la plata, a veces ensamblados con acero y aleaciones de cobre, son fundamentales para el desa-

rollo de su artesanía. La pasión por los materiales y sus creaciones son los aspectos que más caracterizan a la marca italiana, para dar vida a joyas que son completas tanto para él como para ella: desde pulseras hasta collares, desde los diseños más deportivos hasta los más refinados y elegantes.

#### Distribución de Borsari Gioielli

En España, la marca italiana está distribuida por la empresa española Grupo Orquídea, con más de 70 años de experiencia y cobertura en todo el territorio nacional. El objetivo de Grupo Orquídea para 2023 es abrir un punto de venta de referencia en las 52 capitales de las provincias españolas. ♦

**Puede concertar una presentación personalizada de las colecciones de hombre y mujer llamando al 971 644 144 o mediante email: [borsari.spain@perlasorquidea.com](mailto:borsari.spain@perlasorquidea.com)**



# Una de las divisiones de City Time se transforma en filial de Movado

© Beatriz Badás Álvarez

**C**ity Time, el grupo especializado en distribución de joyería y relojería, reestructura sus dos divisiones y una de ellas se transformará, a partir del 1 de febrero, en la filial española de Movado Group. De esta manera, la división que se centra en la distribución dedicada a la comercialización de las marcas que gestiona el grupo suizo se transformará en la filial española de Movado.

City Time estableció hace unos años un *joint venture* con Movado para la distribución en España de las colecciones de joyería y relojería de marcas de su portafolio, como Tommy Hilfinger, Hugo Boss o Lacoste, a la que recientemente se unió Calvin Klein. Tras el cierre del ejercicio del próximo 31 de enero, esta división operará de manera independiente a City Time, y será la subsidiaria de Movado en España. Por ello, las dos divisiones de City Time contarán con oficinas distintas y también dispondrán de áreas financieras y de logística independientes. A pesar de este cambio, City Time continuará manteniendo cierta relación con estas marcas en cuanto a lo comercial se refiere, como por ejemplo en los puntos de venta de El Corte Inglés.

Los cambios también se reflejarán

en la directiva, ya que Ignacio Moreno ejercerá únicamente como responsable de Movado Spain y, por su parte, City Time Brands, que gestiona la distribución *wholesale* de su propia marca Ittemporal, así como de PDPAOLA, Cluse o Bering, tendrá a un nuevo CEO. ♦



**W DUVARD**  
EL TIEMPO PERFECTO

**Automatic**

[www.duward.com](http://www.duward.com)

# TTM Watches, relojes innovadores y con diseño único

© Beatriz Badás Álvarez

El reloj "Pilgrim Camino Francés" de TTM Watches captura toda la esencia del Camino de Santiago con su diseño único. Y es que, TTM Watches, una empresa relojera que diseña, construye y vende piezas únicas de relojería ofreciendo una nueva visión a este sector, lanza este nuevo modelo para conmemorar el año Xacobeo 2021-2022.

El diseño único de este reloj incorpora en su esfera un círculo metálico que indicará las horas con una estructura interna formada por cinco líneas convergentes unidas a la Cruz de Santiago; una icónica forma de haz de luz y vieira plateada marcará los minutos y una flecha amarilla direccional, inscrita en un pequeño disco central, señalará el movimiento de los segundos. Un índice dorado, simbólica representación del Apóstol, y una estrella dorada, que hace referencia a la localización de la tumba del Santo y que se encuentra rodeada de más estrellas, situarán al portador del reloj en el escenario de la leyenda. El conjunto en movimiento presenta un dial diferente a cada instante con el paso del tiempo, sobre una esfera que representa el firmamento del "Campus Stellae", la expresión latina que se refiere a Compostela. La Cruz de Santiago, la concha vieira, la flecha, el haz de luz, los cruces de caminos en los índices horarios, las estrellas... todo un lenguaje simbólico que se identifica con

el Camino y que añaden valor emocional, por lo que representan y hacen del reloj "Pilgrim Camino Francés" una pieza única y especial.

Este reloj único, con una producción limitada a 200 piezas, va acompañado de un mapa ilustrativo del camino francés y un Pin circular Flecha Xacobeo, todo dentro de un estuche conmemorativo del Xacobeo 2021-2022 que se puede adquirir a través de la página web de TTM Watches, la empresa que nace en 2021 de la mano de cuatro socios distribuidos por España y Suiza que, sumando 150 años de experiencia profesional, diseñan estas piezas de relojería únicas. ♦



### Especificaciones técnicas

**Serie Pilgrim.**  
**Modelo:** Camino Francés.  
**Diámetro unisex:** 41 mm.  
**Material:** Caja intermedia y bisel en metal de aleación con recubrimiento PVD de gran dureza.  
**Tapa trasera:** En Acero inoxidable.  
**Mecanismo:** Marca Suiza Ronda 715Li Swiss Part.  
**Batería de litio:** 3V CR2016.  
**Duración batería:** 5 a 10 años (no entra en garantía).  
**Cristales:** Mineral endurecido.  
**Estanqueidad:** 3ATM (salpicaduras).  
**Correa de 21mm:** Cuero.  
**Cierre:** Acero desplegable en mariposa.

# Helior, taller de joyería en Valencia con experiencia y dedicación

Desde el diseño hasta el proceso de creación, Helior cumple con los deseos del cliente

© Beatriz Badás Álvarez

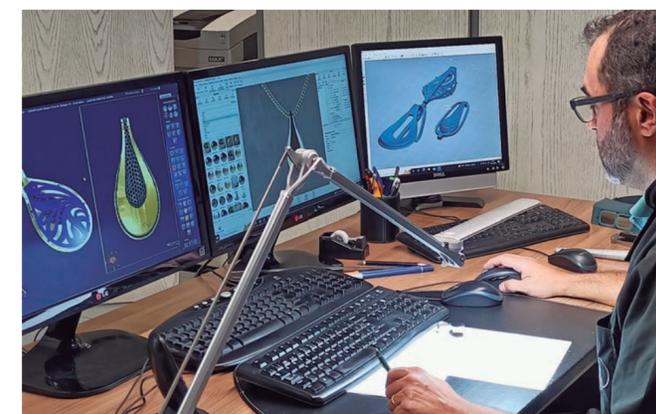
Helior es un taller de joyería artesanal que lleva desde 1970 diseñando y dando forma a todo tipo de joyas. Fundada con el propósito de ofrecer a sus clientes productos de calidad que se distinguen por su originalidad, la empresa ha seguido una permanente evolución tecnológica y preparación profesional desde sus inicios hasta hoy.



TALLER DE JOYERÍA HELIOR S.L.  
 VALENCIA



Renderizado



Diseño

### Gemología, otro de los servicios que ofrece Helior

Si hay algo que realmente hace que una joya destaque son sus piedras. En Helior son muy conscientes de ello, y por eso cuentan con servicio de gemología con gemólogos titulados. Ellos se encargan de seleccionar las mejores piedras adaptándose al presupuesto del cliente y buscando siempre la mejor calidad.

Ofrecen diamantes certificados que pueden ser fotografiados con el microscopio. De este modo el cliente puede ver qué es lo que realmente está comprando.



Engastado microscopio

# Anillo extensible, el sistema patentado de Helior

En Helior buscan constantemente la forma de mejorar la calidad de vida de sus clientes, por eso siempre están tratando de crear sistemas y mecanismos que logren este propósito.

Lo último que han desarrollado y patentado es un sistema extensible que se incorpora en los anillos de aquellas personas que ya no pueden usarlos.

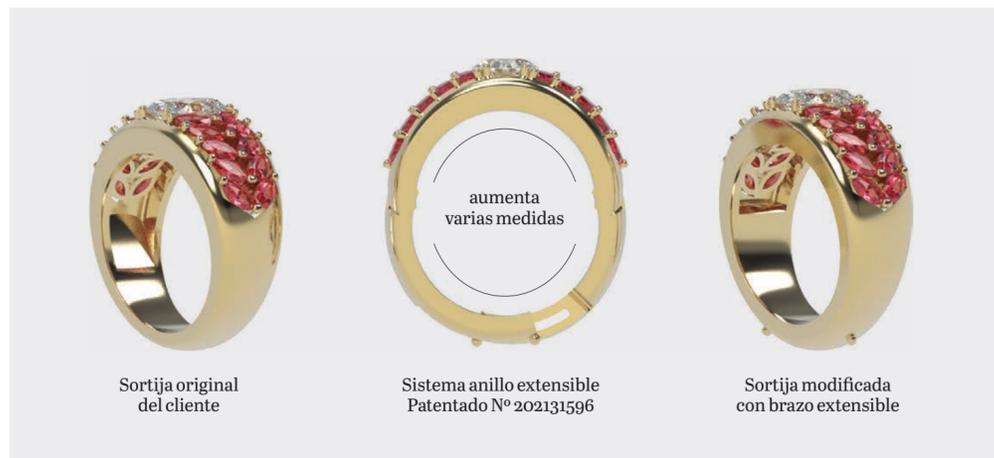
### Una solución a un problema permanente

El engrosamiento de los nudillos es un problema que afecta a muchas personas y les impide hacer un uso habitual de sus joyas. Este novedoso sistema se ha desarrollado para permitirles disfrutar de sus anillos de por vida.

### Una patente novedosa e ingeniosa

Se trata de un sistema enfocado a sortijas, solitarios, alianzas o medias alianzas cuya mitad inferior se encuentre libre. Este sistema permite variar el diámetro interior de un anillo a voluntad del propietario.

Con la modificación de Helior, el anillo sigue manteniendo la medida que el cliente realmente necesita, pero permite el paso por los nudillos al extenderse



Sortija original del cliente

Sistema anillo extensible Patentado Nº 202131596

Sortija modificada con brazo extensible

por la mitad inferior. Este mecanismo permite aumentar el diámetro interior del anillo entre cuatro y seis medidas y después volver a la medida inicial sin apenas afectar al diseño original del anillo. Está provisto de un sistema de apertura sencillo, que se acciona con la simple presión de dos dedos.

### Soluciones a medida

Este servicio está a disposición de cualquier cliente profesional que lo requiera. En su taller de joyería en Valencia, Helior estudiará cada caso para que el cliente profesional pueda ofrecer, a su vez, la mejor solución posible a sus clientes. ♦

www.helior.es  
 helior@helior.es  
 Tel. 963618146  
 WhatsApp 661560685

©HELIOR marca registrada

### Diseño e innovación, parte esencial de Helior

El primer paso a la hora de crear una joya es el diseño. En Helior cuentan con un equipo de diseñadores con mucha experiencia y trayectoria profesional cuyo objetivo principal es crear el diseño apropiado para cada encargo. Para ello, trabajan con diferentes herramientas, desde el clásico dibujo con papel hasta los mejores programas de diseño por ordenador en 3D. Esto último permite a Helior crear piezas perfectas y generar imágenes y videos realistas de las piezas a realizar antes de llevarlas a cabo, con el fin de mostrar al cliente una aproximación del resultado final de cada pieza.

### Tecnología y tradición, donde las piezas empiezan a cobrar forma

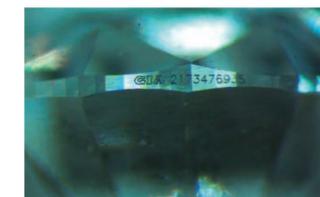
Una vez acordado el diseño, es momento de llevarlo a cabo. En Helior disponen de distintas tecnologías de impresión 3D para dar forma a sus piezas diseñadas por ordenador. También cuentan con fundición propia, por lo que no tienen que externalizar la materialización de sus piezas. Una vez fundidas las piezas, tienen diferentes herramientas y maquinaria para darles un acabado perfecto; torno, soldadura láser, engastado con microscopio y baños electro-líticos. También ofrecen todo tipo de grabados y acabados especiales como areneados o matizados con torno.



Gemología



Soldadura láser



Diamante certificado

### Ingenio y desarrollo, punto fuerte de la empresa

Si hay algo que disfruta el equipo de Helior es poder crear sistemas y mecanismos novedosos y funcionales que den solución a piezas complejas y/o aporten un extra a la joya. Es por eso que siempre están desarrollando nuevos sistemas de cierre especiales o joyas con algún tipo de mecanismo.

Todo cliente profesional puede beneficiarse de cualquiera de los servicios que ofrece Helior, sin la necesidad de tener que pasar por el proceso completo de fabricación de la joya. Helior se adapta a las necesidades del cliente. ♦

www.helior.es  
 helior@helior.es  
 Tel. 963618146  
 WhatsApp 661560685

©HELIOR marca registrada

## Luxenter celebra su 50 aniversario con sus clientes



La empresa organiza un cruceo con sus clientes multimarca

© Beatriz Badás Álvarez

El pasado 22 de noviembre, Luxenter celebró su 50 aniversario recordando como un emprendimiento que nació en África, de la mano de su fundadora Carmen Lizarriturri, ha crecido en torno al universo de la joyería. Para celebrar este aniversario, la marca presentó una nueva colección que transmite la trayectoria de esta marca.

Ahora, la celebración continúa con sus clientes multimarca, ya que Luxenter ha organizado para ello un cruceo de 7 días por el Mediterráneo, del 27 de enero al 3 de febrero de 2023. El cruceo partirá desde Barcelona, recorriendo Francia, Italia y Malta y contará con diferentes actividades y entretenimientos a bordo, así como un espectáculo. Un viaje para dos adultos que Luxenter ha organizado para celebrar una fecha tan especial. ♦

## LVMH adquiere el Grupo Pedemonte



Una operación estratégica para la división de joyería

© Beatriz Badás Álvarez

LVMH amplía su cartera de proveedores con la adquisición del Grupo Pedemonte, el fabricante de joyería presente en Italia y Francia. El grupo ha comprado esta empresa que, hasta ahora, pertenecía al fondo Equinox III y afirma que se trata de una operación estratégica para el negocio de joyería y relojería, que permitirá aumentar significativamente la capacidad productiva del grupo. De

esta manera, LVMH refuerza su posición en el sector.

Pedemonte nació en 2020 a partir de la fusión de varios fabricantes de joyería independientes, algunos de ellos centenarios, y ya se ha convertido en un jugador reconocido en la fabricación de joyería que combina tecnología de vanguardia con artesanía tradicional. Además, esta adquisición se enmarca en la estrategia de LVMH de ampliar su músculo productivo y adquirir a sus proveedores para asegurarse de su aprovisionamiento. ♦

## Diamond Foundry y Leonardo DiCaprio, a un paso de ser una realidad



La primera fase estaría operativa en 2023-24

© Beatriz Badás Álvarez

En julio de 2021, anunciábamos que Diamond Foundry y Leonardo DiCaprio, inversor en esta empresa estadounidense, se aliaban para apostar por nuestro país y construir su primera factoría europea para la fabricación de diamantes artificiales para uso industrial, como semiconductores, con una tecnología punta pionera en el mundo.

Ahora, se anuncia que las obras de esta primera fábrica podrían empezar al cierre de este número de Contraste ya que, el movimiento de tierras para la fábrica de diamantes sintéticos de Trujillo, en Cáceres, comenzará antes de finales de este año, tal y como afirmó el alcalde de Trujillo, José Antonio Redondo. Si

se cumplen los plazos previstos, la primera fase de la fábrica estaría operativa en 2023-2024 y el proyecto se completaría antes de 2027, la fecha máxima para ejecutar los fondos europeos que se aportarán a la construcción.

Esta nueva fábrica de Diamond Foundry en España supondrá una inversión de unos 670 millones de euros, así como la creación de 300 empleos directos. Un proyecto que destaca, además, por ser 100% sostenible y libre de emisiones, ya que el 100% de su consumo será a través de energías renovables, y se nutrirá de una planta fotovoltaica de 120 megavatios (MW). En cuanto a los diamantes artificiales, se obtendrán con la tecnología de reactor de plasma patentada por Diamond Foundry. ♦

**M**  
**MAREA**  
WATCHES · SMART · JEWELS

*Felices Fiestas*

www.marea.es f i t

# TW Steel de nuevo en España con Consulting Almaana

Conocida por su labor con Pesavento, Consulting Almaana dedicará su saber hacer a TW Steel



© Beatriz Badás Álvarez

**T**W Steel se caracteriza por su diseño holandés y un diseño distintivo a caballo entre el camino tradicional y nuevos territorios en el sector de la relojería. Con el acero como pieza clave en su estructura de diseño desde el primer reloj, TW Steel crea nuevas formas y funciones con calidad suiza. Y bajo estas premisas, la marca vuelve a España y Portugal de la mano de su nuevo distribuidor, Consulting Almaana.

TW Steel nace de la mano de Jordy Cobelens, CEO de la marca, y Ton Cobelens, con más de 20 años de experiencia dirigiendo su propia agencia de publicidad dedicada a marcas de relojería a nivel mundial. Bajo nuevas aportaciones creativas, un equipo de diseño que da vida a un concepto diferente y con la visión de Jordy, TW Steel se consolida en el mercado relojero.

Por su parte, Consulting Almaana es reconocida en nuestro país por su trabajo con la marca Pesavento y este prestigio y trayectoria se involucran ahora en TW Steel para su crecimiento en el mercado español y portugués. De la mano de Juan Comesaña, gerente de Consulting Almaana y con una importante trayectoria profesional en este sector, TW Steel traerá a estos mercados un producto

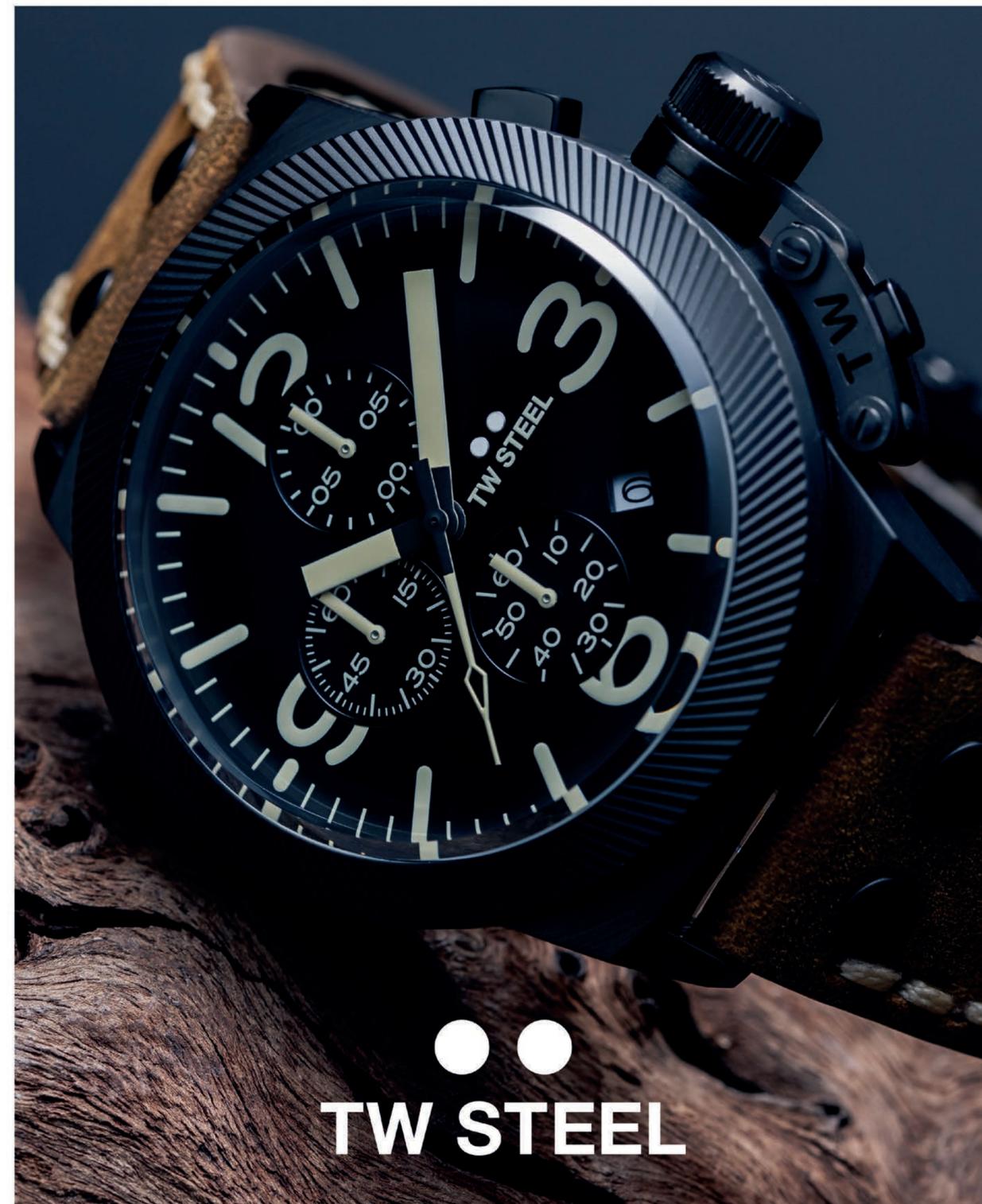
único de gran calidad, con el objetivo de ofrecer al mercado una solución sin competencia.

#### Un crecimiento en auge

TW Steel y Consulting Almaana buscan con su alianza colocar la marca en puntos de venta de referencia, ofreciendo exclusividad y un buen servicio post venta, seña de identidad de la marca relojera. TW Steel está presente en numerosas joyerías de España y Portugal, así como en Joyería Calvo, Joyería Saphir y Joyería Carbal. ♦



Tel. 981 914 134  
info@postventarelojeros.com



● ●  
**TW STEEL**

DISTRIBUIDOR PARA ESPAÑA Y PORTUGAL



Consulting Almaana, S.L.  
C/ Ria de Arousa, 15-4 • 15142 Arteixo (A Coruña)  
Tels. 679 169 594 • 604 009 047  
consultingtw@consultingalmaana.com

## ANPRE celebra en Madrid su Asamblea Anual



© Beatriz Badás Álvarez

**A**NPRE, la Asociación Nacional de Relojeros Reparadores, celebró del 28 al 30 de octubre una nueva edición de su Asamblea Anual. Profesionales del sector se dieron cita en Madrid para celebrar esta edición que coincide, además, con el décimo aniversario de su formación.

ANPRE nace con el objetivo de unificar a los relojeros reparadores profesionales para poder dinamizar este sector y promocionar en todos los ámbitos la imagen actual que ofrecen los relojeros reparadores profesionales. Una imagen moderna que transmite profesionalidad y excelencia. Así es que año tras año, la asociación celebra su esperada cita.

La IX edición de la Asamblea Anual de ANPRE contó con diferentes actividades que se repartieron en un fin de semana muy completo. El pasado día 28, la Asamblea Anual comenzó con su primera cita, una presentación de cajas rítmicas para relojes automáticos de la marca WOLF.

A continuación, Time Force realizó una presentación de la mano de Marcello Trussendi y parte de su equipo de distribuidores, en la que explicaron su plan de fidelización. Un plan pensado para todas aquellas personas que tengan un Time Force que, por su antigüedad, no pueda ser arreglado o no puedan obtener el mismo modelo. Con este plan, la marca ofrece al cliente y en cualquier relojería adherida a este plan, la posibilidad de obtener un 40% en un nuevo reloj Time Force. Al mismo tiempo, este plan de fidelización recompensa al taller relojero y a las joyerías llevándose un margen. Time Force ofrece esta iniciativa a los talleres

relojeros con el objetivo de mantener el valor de la marca y que el cliente pueda continuar disfrutando de la filosofía de Time Force con nuevos relojes de mejor calidad.

La IX edición de la Asamblea Anual de ANPRE continuó con la reunión de gran parte de los mejores relojeros nacionales. Finalmente, en los días 29 y 30, se llevó a cabo una formación de cronometría impartida por la prestigiosa escuela suiza de relojería Wostep, de la mano de Georgios Kalapotharakos. Además, esta Asamblea Anual contó una vez más con la colaboración y material por parte de Comercial Kirman y Boley. ♦



## Mubri presenta su nueva Junta Directiva



**E**l pasado mes de octubre se celebraron elecciones de Junta Directiva en Mubri España y, de esta manera, la asociación presenta a una nueva presidenta: Elsy Aragón. La nueva presidenta lleva trabajando en la Junta directiva de Mubri desde sus inicios y los últimos dos años ejerció el cargo de vicepresidenta.

Elsy Aragón conoce de primera mano los retos a los que se enfrentará la asociación y también está segura

de llevar a cabo una gestión innovadora sin descuidar los eventos que se desarrollan con regularidad, como la participación en MadridJoya en sus dos ediciones anuales, en la pasarela MOMAD, en Bisutex, en el Premio Nacional Moda Baño que se realiza en Benidorm, o los eventos de Design Institute of Spain. Eventos que son ya aliados de Mubri España, además de la participación en otros eventos y ferias internacionales reconocidas mundialmente. ♦

### Junta Directiva de Mubri tras las elecciones

- Presidenta: Elsy Aragón
- Vicepresidenta: Zoraida Parraga
- Tesorería: Evelyn Collado
- Secretaria: Violeta Gonzalez
- Prensa: Katherine Ramirez
- Diseño de imagen: Genoveva Arias
- Redes Sociales: Alona Real
- Ferias y concursos internacionales: Mary Astrid Collet
- Ferias nacionales: Carolina Olivares
- Asesorías creación de eventos culturales: Delphine Temples
- Asesorías comerciales: Ariana Onno



# Relojería y joyería se dan la mano en VicenzaOro

VicenzaOro inaugura el calendario ferial con un debut



© Beatriz Badás Álvarez

VicenzaOro inaugura el calendario ferial de 2023, confirmando sus fechas del 20 al 24 de enero. Una cita que trae consigo a los salones T.GOLD y VO Vintage y que, además, presenta diferentes novedades, siendo el espacio TIME la más destacada.

VicenzaOro abre el calendario anual de eventos internacionales para el sector de la joyería y relojería y lo hace con un debut. Una vez más, la edición se dividirá en diferentes comunidades: ICON, para las marcas de joyería; LOOK, para joyería fina; CREATION, para la creación de joyas; ESSENCE, para piedras y gemas y ahora también TIME; el espacio B2B para la relojería contemporánea y cadena de suministro que aumenta la oferta de VicenzaOro, con el objetivo de cubrir todas las necesidades del mundo relojero.

TIME acogerá a unas cuarenta empresas independientes y consolidadas marcas, como Edox, U-Boat, GaGà Milano, Locman; así como propuestas que ofrecen un alto contenido de investigación creativa e innovación. Componentes, accesorios, herramientas y servicio postventa completan la oferta expositiva con empresas como Oisa 1937 y Bergeon; y la colaboración de dos importantes actores en este sector: Swiss Creative Lab, que reunirá a marcas suizas, y Relojes de Italia para dar visibilidad a micromarcas y *start-ups*. Estará ubicado en el Pabellón 1, corazón del Vicenza Expo Center y su función será la de enriquecer al salón siguiendo la misma línea de la joyería: *a one-stop-shop*.

**T.GOLD amplía su escaparate**  
El salón internacional de maquinaria

de joyería y tecnologías innovadoras, que se celebra en los mismos días que VicenzaOro, contará en esta nueva edición con un espacio de exhibición ampliado, para albergar a más profesionales de la industria y exhibir así una gama aún mayor de tecnologías. La exposición albergará empresas de renombre mundial como Legor Group Spa, SISMA Spa, Italimpianti y B.T.T. Impianti (Grupo Industrias LEM). A estos principales embajadores de la marca *made in Italy* se unirán en la exposición las empresas internacionales más conocidas, especialmente de Alemania.

De esta manera, durante los 5 días de exposición, que se llevará a cabo en el pabellón 9, los visitantes podrán descubrir las innovaciones en seis macrocategorías: fundición, procesamiento mecánico, producción y creación de prototipos digitales, acabado, refinación y recuperación, herramientas y materiales de banco.

**VO Vintage celebra su cuarta edición**

El evento B2C vuelve a VicenzaOro ampliando su oferta en un día más, por lo que se celebrará del 20 al 23 de enero de 2023. Este mercado del IEG, abierto al público y accesible a todos los asistentes a la feria de joyería, se organizará en un área exclusiva y reservada en el vestíbulo del primer piso del Vicenza Expo Center (Pabellón 8.1). Cada vez más popular entre la comunidad de amantes de los relojes, coleccionistas y entusiastas de la compra de piezas únicas y valiosas, actúa como un lugar de encuentro para los actores del sector, desde los mejores minoristas hasta los maestros relojeros, desde los expertos en técnica e historia de la relojería, hasta los creadores de tendencias en relojes de pulsera. ♦



DISCOVER  
MORE —

VICENZA 20 / 24 ENERO 2023



Vicenzaoro es el evento de referencia internacional para **toda la cadena de suministro de joyería**, una plataforma dinámica para descubrir **noticias y tendencias**, explorar oportunidades de **innovación y networking**, adquirir **conocimientos y habilidades para su negocio**. Y hoy se enriquece con una nueva comunidad: **TIME**, para la **relojería contemporánea**.

Organizado por  
**ITALIAN EXHIBITION GROUP**  
Providing the future

En colaboración con  
be | | **ITA**  
ITALIAN TRADE AGENCY  
Within the Fiera Smart 365 Project

**PRIMA**  
vicenzaoro  
#primavicenzaoro

**T.G.**  
T.GOLD

**V O**  
VINTAGE

**vicenzaoro.com**

CONTRASTE

CONTRASTE es una publicación de GRUPO DUPLEX

Depósito legal: B-31556-98  
CIERRE DE PUBLICIDAD:  
DÍA 20 DE CADA MES

Respetamos la libertad de expresión de nuestros colaboradores y personas entrevistadas.

CONTRASTE no se hace responsable de las opiniones vertidas en sus páginas excepto en el editorial.

Avda. Catalunya, 20-22, Local 10  
08291 Ripollet (Barcelona)  
Tel.: +34 933 183 738  
grupoduplex@grupoduplex.com  
www.grupoduplex.com

Editor:  
Pedro Pérez  
pperez@grupoduplex.com

Dirección y Publicidad:  
Pablo Pérez  
pablo@grupoduplex.com

Redacción:  
Beatriz Badás  
beatriz.badas@grupoduplex.com

Contabilidad:  
Sandra García  
sgarcia@grupoduplex.com

# La clave del éxito en un año más



© Pedro Pérez

Un año más cierra las puertas y abre otras nuevas. 2022 ya es casi historia y queda para el recuerdo. Mirar atrás solo es bueno para ver la senda que no volveremos a recorrer. El presente está aquí y el futuro es nuestro. Iniciemos el recorrido con ilusión y optimismo. Dejemos de pensar en el cuándo y en el pero, porque esta es la herencia de los tontos. Recordemos que somos más duros que el hielo, más fuertes que una piedra y más frágiles que una roca de cristal. Dependemos de lo que somos, no de lo que tenemos. El éxito se

**El camino es ancho y fácil de hallar, pero hay que saberlo buscar**

logra con las pequeñas cosas que ocurren todos los días, no con golpes de suerte. Estamos ante una sucesión de oportunidades que, año tras año, se nos presentan para poder continuar en el día a día y lograr las metas propuestas. Si creemos en nosotros mismos, no habrá nada que esté fuera de nuestras posibilidades. El camino del éxito es ancho y fácil de hallar. El inconveniente está en que no lo sabemos buscar. Los ingleses dicen que para hacer cosas interesantes, algunas veces hacemos tonterías. Solo hay una razón importante para triunfar en el sector, y es pertenecer o nacer en él. No condenemos el futuro sin conocerlo

diciendo que todo tiempo pasado fue mejor. Luchemos desde el primer día para conseguir objetivos. Solo de nosotros depende llegar a la meta y llegar en buena posición. Vale mucho más morir intentando hacer las cosas que vivir siempre lamentándolo.

Si nos ponemos una meta a la que amamos, no importa que el camino sea largo para alcanzarlo. Ahora que comienza un nuevo año, recordemos el proverbio chino que dice: "Si haces planes para un año, siembra arroz. Si los haces para dos lustros, planta árboles. Si los haces para toda la vida, educa a las personas". Lo mismo pasa en la vida laboral y profesional. Pongámoslo en práctica.

No vivamos exclusivamente en una ola mental o círculo vicioso. Dejemos de crear nosotros mismos los problemas, y solo nosotros tratemos de resolverlos. El mismo error es creerse más de lo que uno es, que menos de lo que vale. Muchas veces hay que renunciar a lo que somos por lo que esperamos ser.

Estamos en un mundo y sector lleno de sorpresas, pero lo que sorprende lo hace una sola vez. Recordad que lo que es admirable, lo es más cuanto más se admira.

2023 nos abre al campo de las nuevas oportunidades. Estar preparado para ello es importante, saber esperar es tal vez más, pero aprovechar el momento es la clave del éxito. ♦

Obituario

# Manuel Sanchis Albero, persona ejemplar



**Luchó y se dedicó a su negocio hasta no hacer muchos años**

Nacido el 7 de agosto de 1928, Manuel, con el tiempo D. Manuel, comenzó su andadura profesional allá por el año 1954, recién terminado el servicio militar. Lo hizo como viajante de la empresa Valenciana de Bisutería, propiedad de D. Francisco Giménez, quien le introdujo en el sector y al que siempre guardó un grandísimo afecto. Tres años después se estableció por su cuenta, con un modesto negocio en este mismo sector, acariando la idea de pasar a la joyería. Su permanente inquietud hizo que solo seis meses después decidiera dar el salto; por lo que liquidó el negocio anterior y comenzó la que sería la gran aventura de su vida a la que dedicó trabajo, ilusión y pasión siempre. Con paso firme y decidido, como era él, fue creciendo hasta lograr con el tiempo una red comercial de distribución que abarcaría toda España. En este tiempo creó oficinas en Madrid, diversificó el negocio, incorporando distribución de relojería, y también participó en sucesivas ediciones de ferias españolas,

tanto en Madrid como en Barcelona. Especialmente se ha de destacar su personalidad luchadora y trabajadora como ninguna, dedicado a su negocio hasta no hacer muchos años, por lo que se ha convertido en un referente tanto para quienes han trabajado con él y para él codo con codo, como para su familia y amigos. Alguien ejemplar, sin lugar a dudas. Ese ha sido D. Manuel. En esa línea rememora su figura el editor de *Contraste*, Pedro Pérez: "Unos llegan y pasan por nuestro sector, y otros dejan en él semillas fértiles que jamás morirán. Los que tuvimos la suerte de conocerle y tratarle, damos fe de lo que fue, hizo y nos dejó. 94 años de vida pasaron en un instante y nos dejan tan buen sabor de boca que su memoria permanecerá siempre en nuestra mente. La vida pasa y se lleva parte de nuestras historias, pero nunca se lleva los buenos recuerdos. Ahora está disfrutando de tanto bien que derramó en esta orilla. Desde aquí roguemos por él. Y desde la otra orilla, que él interceda por nosotros. DP". D. Manuel Sanchis Albero falleció el pasado 3 de noviembre de 2022, a la edad de 94 años. ♦

# OROYHORA

Mundo Técnico Desde 1949

Número 190

Pág 04 Comprar maquinaria en AliExpress

Pág 07 Oportunidades de negocio con Diloy

Pág 08 Noviembre, un mes agitado en metales

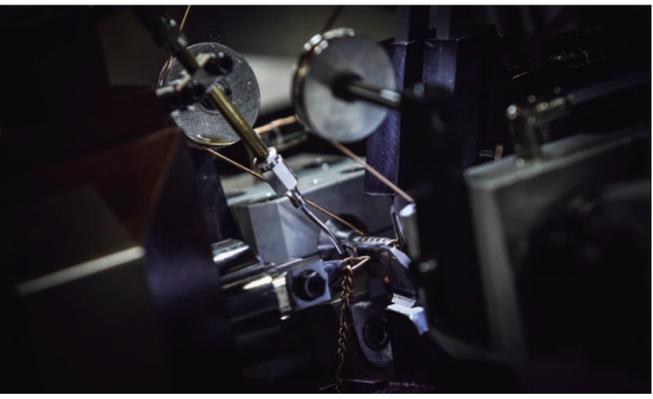
## Oro y Hora se abre a una nueva era del sector

De la mano de Manuel Ángel Piñeiro y muchos más *influencers* en técnicas y tecnologías aplicadas a la joyería



aspectos técnicos inherentes a la industria. Y no solo ello, ya que la revista puede considerarse pionera como publicación profesional destinada al mundo de la joyería y relojería en general. Estamos hablando de 73 años de labor informativa que, en manos de Grupo Duplex, pasó a formar parte del periódico *Contraste*, casi desde su nacimiento en 1989. Ahora, ya a las puertas de un nuevo año, 2023, *Mundo Técnico Oro y Hora* afronta una renovada andadura, un revulsivo para adaptarse de forma más eficaz a los tiempos actuales. Y lo hace rodeándose de los mejores especialistas, *influencers* para esta nueva era en la que ya se ha embarcado el sector. A su equipo se unen profesionales como Manuel Ángel Piñeiro Solsona, al que se debe este sorprendente y espectacular vídeo interactivo con el que *Mundo Técnico Oro y Hora* estrena contenidos novedosos. Joyero por pasión, cambió la astillera por el 3D a la entrada del nuevo siglo y a ello se ha dedicado formando durante este tiempo a miles de joyeros en escuelas internacionales con los *softwares* más punteros. Desde 2015 a fecha de hoy, trabaja con el *software* Jewelry Cad Dream (Zw3d) haciendo conferencias en diferentes ferias de joyería y vendiendo más de 400 licencias en España. Compagina esta labor con el diseño de joyería para marcas diversas y colaborando con la empresa de su mujer Marisol Palacios Jiménez y su equipo, dedicados al servicio de impresión 3D desde 2005. Piñeiro colaborará con *Mundo Técnico Oro y Hora* mensualmente con temas tan candentes como la rentabilidad de la compra de maquinaria en AliExpress, a la que dedica un escrito este mes. ■

## T.Gold, una edición más *in crescendo*



Como ya ha anunciado *Contraste* en su sección Ferias, T.Gold vuelve de nuevo a su cita del año, coincidiendo con VicenzaOro del 20 al 24 de enero de 2023. Y este año el grupo organizador Italian Exhibition Group (IEG) apuesta un poco más por el sector de la maquinaria y tecnologías aplicadas a la joyería ampliando su oferta. Entendiendo la tecnología como impulsora de innovación en la industria joyera, IEG ofrece la mejor plataforma internacional para integrar nuevas oportunidades capaces de agregar valor a todo el proceso de producción. Como tal, es un servicio para toda la industria, desde el diseñador hasta el fabricante, desde las marcas hasta los profesionales de la industria en general, lo que les permite ajustar sus cadenas de suministro y actuar como un acelerador de negocios de pleno derecho para las empresas que han fundado su negocio en la calidad, los procesos sostenibles y la innovación. La cita contará, como es habitual, con el apoyo de AFEMO (Asociación Italiana de Fabricantes y Exportadores de Maquinaria para Joyería) y la colaboración del ICE, Agencia Italiana de Comercio Exterior, lo que redundará en la presencia de los actores más punteros a nivel internacional. T.Gold prepara motores. ■

**Preparados para despegar, tokens digitales canjeables por metal**

Semspa JP en colaboración con Aurus acaba de lanzar los tokens digitales tGOLD y tSILVER, que se encuentran 100% respaldados por lingotes de oro y plata provenientes de la afinadora, son canjeables por metal físico y no tienen costes de custodia asociados. Ambas compañías han trabajado en este proyecto con cinco comercializadores de metales preciosos líderes en España: Andorrano Joyería, CIODE, InverMoneda, Oro Express y Oro Hispánica,



**Mundo Técnico Oro y Hora aconseja**

Ver en YouTube la animación creada por Manuel Ángel Piñeiro para esta nueva etapa de la publicación.

Manuel Ángel Piñeiro Solsona, técnico especialista

## “Empecé a dar mis primeros pasos en el mundo 3D en 2002”



Leridano de nacimiento y ciudadano del mundo, Manuel Ángel Piñeiro ha hecho del viaje su *modus operandi* como alumno y formador. Y mantenemos los dos sustantivos porque nunca ha parado de aprender y enseñar en esta vorágine que es el mundo del 3D. Desde el diseño hasta la impresión, Piñeiro ha sido testigo en estos 20 años del nuevo siglo de todos los cambios que se han producido en estos campos y la revolución que ha supuesto para el sector de la joyería. Estos cambios los ha aplicado en persona, y a su vez los ha compartido con miles de alumnos en escuelas internacionales. Ahora, este profesional se suma al equipo de *Mundo Técnico Oro y Hora* para compartir con todos sus lectores su experiencia y conocimientos. En este número mismo, analizando las compras a Aliexpress, valorando su rentabilidad y las sorpresas finales que pueden darse (pág. 4).

**¿No consta su larga trayectoria en el sector. ¿Cuándo se vincula a él y por qué motivo?**

Empecé en el mundo la joyería cuando tenía la edad de 18 años (1988) a mano de mi hermano Andrés Manuel Piñeiro Solsona, que es también joyero. Así que mi primer trabajo fue como aprendiz en su taller. Mis funciones eran aprender a abrir los moldes, sacar cera y preparar todo el proceso para la fundición a la cera perdida, o sea, sacador de fuego. Durante este tiempo empecé a apasionarme por la joyería. Era tal mi

motivación que en casa de mis padres monté mi primera mesa de joyero, donde cada día después de trabajar me ponía hacer mis primeros modelos a mano.

**¿Cómo fueron sus comienzos profesionales?**

El año 1992 me establecí por mi cuenta con la edad de 22 años, buscando trabajo como reparador de joyas. Esta actividad la hice hasta el año 1994, cuando adquirí mi primer equipo de fundición y lo combiné con elaborar piezas de joyería. La pasión por hacer joyas me la contagió mi cliente y amigo Joan Campillo, que me transmitió el sentido de hacer las piezas muy bien terminadas. Durante todos estos años me dediqué a confeccionar piezas a mano. En 2002 empecé a colaborar con la empresa Leinajoya montando equipos de fundición en diferentes empresas.

**¿Y cuándo se inicia en el mundo de las tecnologías aplicadas al sector?**

Fue también ese mismo año cuando empecé a dar mis primeros pasos en el mundo 3D con el *software* Rinceros hasta 2004, año en el que conocí a mi amigo Rafael, un ingeniero de *software*. Fue la persona que me mostró las diferentes opciones de *software* parametrizados. Esto me permitió dar un nuevo sentido a mi vida profesional a la hora de escoger otro *software*, 3Design.

**¿A partir de ahí todo fue muy rápido? ¿De alumno a profesor?**

**“A fecha de hoy sigo trabajando con el software Jewelry Cad Dream”**

Pues sí, ya en 2005 me contrató la empresa Deltacad para dar formación con 3Design en España a escuelas de joyería y a usuarios finales. Paralelamente ese mismo año hice un curso de formación para poder reparar las impresoras Solidscape con la empresa Multistation (Francia), adquiriendo mi primera impresora. Un año después hice mi segundo curso también con Multistation.

**Fue en 2008 cuando ficha por Gravotech, Francia, como técnico en 3D. ¿Cómo fue allí su experiencia?**

Sí, en 2008, trabajando para Deltacad, fui adscrito por Visión Numéric (Gravotech, Francia). Para ayudar a desarrollar 3Design y dar formación a países de habla hispana y portuguesa, formando a escuelas internacionales con el *software* 3Design. Ese mismo año hice un curso en Estados Unidos, a mano de Romanoff, con la impresora Solidscape, haciéndome colaborador de Romanoff para la venta de impresoras Solidscape en España.

**Desde entonces, ¿cómo ha evolucionado su trayectoria?**

Un año después, en 2009, se lanzaba la primera impresora de 3D Systems, Projet CPX3000. Esta impresora me abrió otras posibilidades más competitivas en el mercado y adquirí su distribución para España fundando la empresa Soluciones 3D Joyería, S.L. Hice mi primer curso de formación con 3D Systems en Inglaterra para poder reparar este tipo de im-

presoras, y seguí haciéndolos desde esa fecha a 2016. En Inglaterra, Italia y Alemania.

**Pero su vida profesional actual no está ligada ya a 3Design...**

No, en 2014 Gravotech hizo cambios en España con 3Design cerrando la delegación Tecnifor que tenía Gravotech. Entonces me propusieron dos contratos. Uno, ayudar a seguir dando formación en España con Gravotech, y el otro contribuir al desarrollo de 3Design (Gravotech) y seguir dando formación internacional. Estos contratos nunca los quise firmar, y opté por dar un cambio a mi vida, ya que trabajando con ellos descubrí otro *software* llamado Jewelry Cad Dream (Zw3d) al que me incorporé en 2015. Ese mismo año empecé a dar formación con este *software* hasta fecha de hoy, haciendo conferencias en diferentes ferias de joyería y vendiendo más de 400 licencias en España.

**-Y el mundo de las impresoras en 3D. ¿Sigue en ello?**

No de forma personal pues en 2016 decidí dejar de reparar impresoras 3D para dedicarme más al diseño de joyería, mi pasión, saliendo de la empresa Soluciones 3D Joyería, S.L., Desde 2020 me dedico a diseñar para la firma Pardo & Grau. Pero igualmente todos estos años, concretamente desde 2005, fui colaborando con la empresa de mi mujer Marisol Palacios Jiménez y su equipo, y sigo en ello. Se trata de una empresa dedicada al servicio de impresión 3D. ■

## Delarosa inaugura nueva delegación en Córdoba

En colaboración con las instalaciones de Volcano Global Trade en el Parque Joyero



numerosas empresas que operan cada día en el Parque, acercando marcas punteras de las que somos distribuidores a profesionales del ramo". ■

Para mayor información:  
Tel. 957 46 09 80 (Volcano Global Trade)

### Sobre Volcano Global Trade

El colaborador comercial de Delarosa es Volcano Global Trade, situada desde hace diez años en el Parque Joyero de Córdoba como empresa de análisis, recuperación y afinado de metales preciosos, siendo proveedor de la materia prima lista para la fabricación tanto de joyas como de complementos y fornituras esenciales en reparación y construcción en talleres del sector, pasando ahora además a comercializar los productos de Delarosa. Está regentada por Juan Pablo Gisbert, y es miembro de CECO, Confederación de Empresarios de Córdoba, que afronta esta nueva etapa con gran ilusión. Está situada en Parque Joyero, 15H FASE 2.

**DELAROSA**  
Innovation and tools

www.forniturasdelarosa.com

Instagram Facebook YouTube

las máquinas y herramientas para el taller de joyería son nuestra pasión.

# Comprar maquinaria en AliExpress

## ¿Salen rentables las adquisiciones en esta plataforma? Pagos en aduanas, sorpresas finales

© Manuel Ángel Piñeiro Solsona, técnico y especialista en 3D

Como ya hemos anunciado, el técnico especialista en 3D Manuel Ángel Piñeiro Solsona comienza una nueva colaboración con Mundo Técnico Oro y Hora. A lo largo de diversos números, tocará y analizará temas tan candentes como en este caso, la adquisición de maquinaria en la plataforma AliExpress. Y le seguirán otros igualmente interesantes. Como qué buscan las empresas, ¿joyeros o diseñadores 3D?; las diferentes tecnologías en impresoras y control numérico, su funcionamiento, o historia y evolución del software de joyería. Invitamos a los profesionales a esta útil lectura mensual. Aquí va la primera.

AliExpress es una de las plataformas de venta online que más ha crecido en los últimos años, tanto en España como en el resto del mundo. Se trata de una compañía que fue fundada por Jack Ma en el año 2010 introduciendo en sus inicios pequeñas empresas chinas dentro del grupo. Podemos encontrar todo tipo de artículos, entre ellos herramientas para joyeros con precios extremadamente económicos. Su catálogo se presenta con vídeos e imágenes muy atractivos. Pero, ¿qué tenemos que saber antes de lanzarnos a adquirir cualquier cosa en AliExpress? Ya son muchos los usuarios que después de comprar en este portal se han encontrado con chascos finales.

Los medios de pagos de las compras se realizan por tarjeta de crédito, Bizum, PayPal o Apple Pay, y con la garantía que ofrece AliExpress si el producto no nos llega. Los productos de poco valor en la mayoría de las ocasiones no requieren hacer más pago que el del artículo comprado. Salvo que se trate de artículos más pesados o el paquete no vaya por correo postal ordinario.

### El calvario de sorpresas

Hasta aquí parece ser todo correcto; las sorpresas pueden aparecer cuando el producto llega a nuestro domicilio. Nos podemos encontrar con que no era lo que nosotros habíamos comprado, la calidad no era la esperada... Cuando se trata de maquinaria, ya sean impresoras 3D como máquinas de corte de láser o soldaduras, inyectoras, hornos, etc., la sorpresa final puede ser nefasta.

Al principio todo es de color de rosa. Compramos a un precio muy atractivo y mucho más bajo del valor europeo, y encima atraídos por un vídeo muy cautivador. Pero, cuando el producto entra en nuestro país, nos encontramos con costes que no contemplamos en el momento de hacer la compra, como gastos de envío muy elevados, superando incluso el precio del valor de la compra realizada. Además, los envíos que superan los 150€ deben abonar un arancel del 2,5% del valor de la compra. Cualquier producto que se importe desde fuera de España ha de hacer frente a un pago del IVA. Es decir, habrá que abonar un 21% de IVA que se aplica a todos los productos foráneos y un 2,5% de aranceles. Por

lo tanto, la tasa total se corresponderá a un 23,5% del precio total del producto, independientemente de su cantidad, peso o valor comercial.

### Un caso real reciente

En el transcurso de estos años me he encontrado con bastantes casos de gente que se arriesgaron en comprar y les salió mal. Os comento un caso reciente vivido por un artesano. Tras estudiar la oferta de diferentes distribuidores de máquinas de láser para soldar en España, se decidió por adquirirla en AliExpress. Su precio era realmente más económico. Me contaba el joyero que, cuando la vió, le pareció una maravilla de máquina y más por el precio irresistible. Hizo el pago, pero no contempló que la máquina llegaría a nuestro país y pasaría por aduanas, y es aquí cuando empezó el calvario de sorpresas.

Hemos de saber que, a partir de un valor declarado, deberemos hacernos cargo, además del IVA, de los aranceles de importación. Es aquí cuando nuestro amigo joyero se encontró con el primer problema. La caja donde le venía el láser fue intervenida por aduanas pidiendo documentación, factura y homologaciones de la Comunidad Europea, información del remitente y destinatario, una lista con una relación de contenidos del paquete, llamada *Packing List*, etc. La máquina quedó intervenida en aduanas un mes y medio por el papeleo. Tuvo que pagar además el IVA y los aranceles de importación.

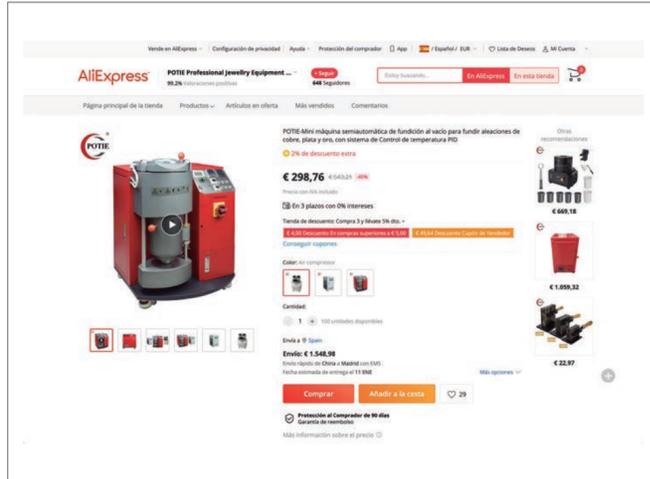
Muchos vendedores, para evitar los controles, etiquetan los productos más costosos como de regalo o con un valor más bajo de la compra, pero los agentes de aduanas suelen revisar las cajas y la documentación, y no cuelan.

Una vez que le llegó el láser se encontró con el siguiente problema, el manual le venía en chino y una poca información en inglés. Me comentaba que ya no habría más sorpresas. Al cabo de menos de un año, el láser dejó de funcionar, y el vendedor de AliExpress no le respondía a los correos electrónicos...

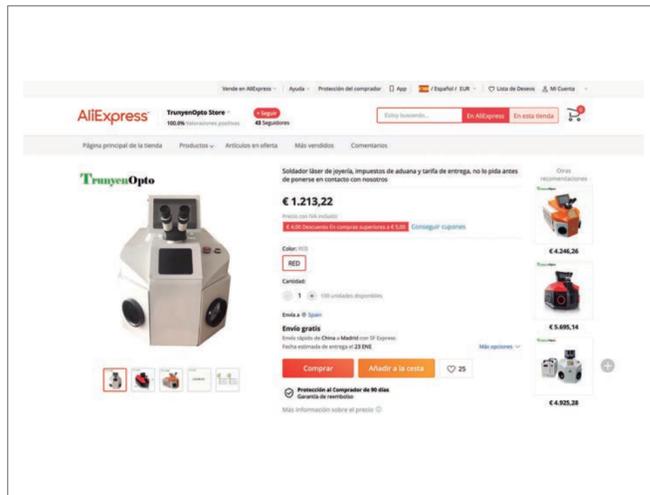
**Moraleja:** Hemos de pensar que nuestros distribuidores nos venden las máquinas desde España y al precio que corresponde, ya que la garantía que nos dan es desde el mismo distribuidor y fabricante.

### Engaños en los costes

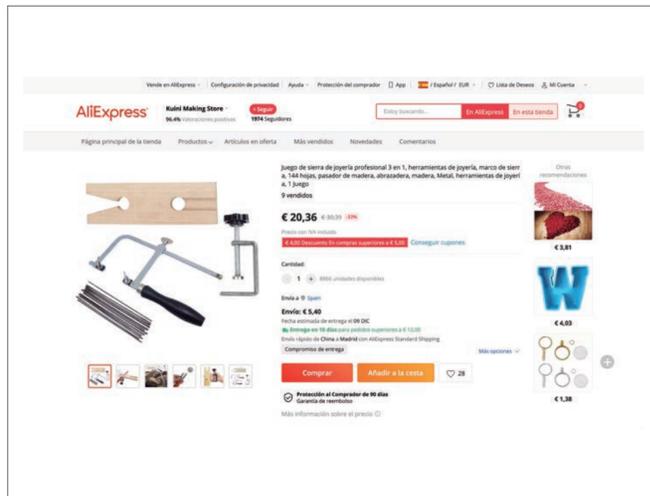
Desde el año 2021 la Comunidad Europea obliga a las empresas exportadoras chinas a pagar los costes de aduana en los envíos para Europa. Hay muchos vendedores de AliExpress que engañan con el coste del artículo para no pagar en aduanas. El problema lo tiene luego el comprador.



Fundidora a un precio "tirado", 298,82€. Léanse los costes de envío más abajo... 1.549,29€!!!



Láser a un coste más que competitivo, pero no indica gastos de envío. Aquí está la trampa!!!



Segueta 4 en 1, un 70% más económica que en España. Aduanas abre y hace cálculos...

# Las soluciones de MR Tools al alto precio del rodio

Como todo el sector sabe los precios de las materias primas y los metales preciosos sufren constantes fluctuaciones, algunas por considerarse valores refugio ante eventuales crisis económicas, otras oscilando según la oferta y la demanda, generalmente impulsadas por otros sectores, que finalmente acaban arrastrando a otros más minoritarios, como es el caso del nuestro.

Entrando más profundamente en materia, el apreciado rodio se ve afectado por todo.

Es un metal muy demandado principalmente en la industria del automóvil, no hay demasiada producción y dicha producción es costosa.

Si a esto le añadimos que Rusia concentra el 20% de la producción mundial, la conclusión se sirve sola. En los últimos años el incremento de precio supera el 260%.

Pues bien, en MR Tools, decidieron buscar soluciones ante una bajada en picado de las ventas de rodio debido a este indiscriminado aumento de precio. Así han puesto en marcha una serie de medidas:

- A través de su distribución de productos galvánicos, la prestigiosa firma italiana Berkem, pueden ofrecer hoy el producto con características más similares al rodio, tanto en color como en dureza y propiedades de adhesión, ya que contiene rutenio y platino. Este producto se ha venido a llamar White-

nor 102, y aunque es cierto que otros fabricantes habían intentado anteriormente algo parecido, la espera mereció la pena, ya que Whitenor 102 supera con creces a los demás, tanto en color como en estabilidad. "Hoy en día es uno de nuestros productos top en ventas -explican desde MR Tools-, y por un precio muy razonable, cubrimos el nicho de mercado de quien, por suponer un valor añadido, no se

plantea dar rodio a sus piezas, pero sí desea ofrecer una terminación muy parecida a este".

Por otro lado, en MR TOOLS "hemos decidido trabajar el rodio a precio hechura, para activar la venta del producto. Esto significa cotizar el metal a precio del día y sumar una mínima cantidad de beneficio comercial, solo sobre la hechura. Desde que tomamos ésta decisión nuestros clientes y no

clientes se han vuelto a animar a consumir rodio y de nuevo el incremento en las ventas se ha vuelto a notar".

Y como colofón, "para quienes habían ido almacenando rodio usado, hemos puesto en práctica una vía de recuperación, para analizar y recuperar metal usado", finalizan, resumiendo estas tres prácticas medidas encaminadas a que el sector no pierda competencia en este delicado momento.



## Consigue una solución integral para tu taller de joyería

**Desde 265,18€/mes\***  
Impuestos excluidos  
Cuota calculada para una financiación a 5 años.  
**EVO X**

**Desde 139,00€/mes\***  
Impuestos excluidos  
Cuota calculada para una financiación a 5 años.  
**MIDI**

**Desde 215,00€/mes\***  
Impuestos excluidos  
Cuota calculada para una financiación a 5 años.  
**EVO WHITE**

**Desde 104,98€/mes\***  
Impuestos excluidos  
Cuota calculada para una financiación a 5 años.  
**PUK 6**

Escanea este QR y visita nuestra web

**Incluye:**  
- U. de control  
- Microscopio  
- Regulador

# www.mrtools.es

\*Debido a la actual fluctuación de los precios del dinero, la cuota exacta se calculará en el momento de la compra.

# Los metales digitales ya están aquí con Sempsa JP

La afinadora española en alianza con Aurus lanza oro y plata tokenizados en la *blockchain*

Sempsa JP, la principal afinadora española de metales preciosos y certificada por el LBMA con el sello *Good Delivery*, se ha asociado con Aurus para ofrecer *tokens* digitales respaldados por oro y plata a su red de comercializadores de lingotes. Cinco comercializadores de metales preciosos que trabajan con Sempsa JP están vendiendo *tokens* tGOLD y tSILVER al mercado minorista a través de sus tiendas de comercio electrónico. La afinadora ha tokenizado una cantidad inicial de 3 kg de oro y 25 kg de plata en la *blockchain* usando el protocolo de Aurus.

Aurus es una plataforma de *software* global descentralizada que facilita la tokenización de metales preciosos en la *blockchain*. Los *tokens* tGOLD y tSILVER están respaldados, cada uno, por un gramo de 99,99% de oro y 99,9% de plata,

respectivamente. Sin tarifas de almacenamiento y custodia recurrentes, los *tokens* de Aurus ofrecen a los inversores una alternativa asequible a los lingotes físicos, con los beneficios adicionales de liquidaciones instantáneas y operaciones en tiempo real 24/7 desde cualquier dispositivo móvil.

tGOLD y tSILVER ya están disponibles en:
 

- Andorrano Joyería (Barcelona, Bilbao).
- CIODE (Madrid).
- InverMoneda (Málaga, Cádiz, Madrid, Barcelona, Sevilla).
- Oro Express (Madrid).
- Oro Hispánica (Madrid).

Los cinco comercializadores de lingotes ofrecen servicios de intercambio físico, lo que permite a los clientes convertir los *tokens* tGOLD y tSILVER por lingotes o monedas físicas de metales preciosos en cualquier momento. ■

**Beneficios de los tokens**

- 100% RESPALDADO EN FÍSICO**  
Los lingotes se encuentran almacenados por custodios con bóvedas en Madrid, Londres y Zurich.
- TRANSACCIONES INSTANTÁNEAS**  
Envíe gramos o kilos de metales de forma instantánea alrededor del mundo a costes mínimos.
- CERO COSTES DE ALMACENAJE**  
SEMPSA JP cubre los costes de custodia por usted.
- LIQUIDEZ INMEDIATA**  
Intercambie sus tokens por otras divisas y activos digitales de forma rápida.
- LIQUIDACIÓN INSTANTÁNEA**  
Compre y venda sus tokens en tiempo real, 24/7 desde la comodidad de su teléfono móvil.
- CANJEABLE POR METAL FÍSICO**  
Cánjese sus tokens por oro y plata a través de una red de comercializadores de metales preciosos.

Fuente: Aurus



## Nuevo canal de negocio para la tienda virtual

Esta experiencia no solo supone un nuevo caso de uso para la tecnología *blockchain*, sino también demuestra como Sempsa JP ha sido pionera en digitalización dentro de una industria tan tradicional como la de metales preciosos. Resumiendo, ¿qué llega con los *tokens*?

- 100% respaldados por lingotes de oro y plata provenientes de la afinadora Sempsa JP.
- Sin las dificultades de manejar oro como tal.
- Son canjeables por metal físico.
- No tienen costes de custodia asociados.
- Y lo que es más importante, a las tiendas virtuales pueden ofrecer estos productos a sus clientes. Solo hace falta contactar con Sempsa JP para unirse al futuro.

## Mundo Técnico Oro y Hora recomienda

Entrar en el apartado de la web de Sempsa JP donde están disponibles los tokens tGOLD y tSILVER.



## OPINIÓN

# Inversión en oro y plata 24/7 sin complicaciones

© Francisco Leyton, director de producto en Aurus Foundation

Administrar, enviar y recibir dinero desde nuestras cuentas bancarias en línea se ha vuelto algo casi tan simple y cotidiano como pasarle un billete en la mano a otra persona. ¿Se imaginan poder hacer lo mismo e incluso más con activos como el oro y la plata?

Internet ha revolucionado la forma en que compartimos y consumimos información, ya sea para transferir dinero desde una cuenta corriente en línea, o para ver películas y series en *streaming*. Hoy, una tecnología emergente y segura conocida como *blockchain*, la cual da vida a las criptomonedas, está cambiando la forma en que intercambiamos valor

y transferimos la propiedad de activos.

Bancos como JP Morgan y Goldman Sachs están utilizando la tecnología *blockchain* para permitir envíos de dinero transfronterizo de manera instantánea y a bajo coste. Hace unas semanas, Sempsa JP, la mayor afinadora de metales preciosos de España y con más de 100 años de trayectoria, ha adoptado esta tecnología para facilitar la inversión en oro y plata de manera instantánea y segura, mediante nuevos productos en formato digital, logrando que estos metales sean accesibles para cualquier inversor que posea un dispositivo móvil.

El lanzamiento de los nuevos productos tGOLD y tSILVER por parte de Sempsa JP ocurrió tras 11 meses de intenso estudio y colaboración con Aurus, una empresa tecnológica británica especialista

en *blockchain*. Ambas compañías han trabajado en este proyecto con cinco comercializadores de metales preciosos líderes en España; Andorrano Joyería, CIODE, InverMoneda, Oro Express y Oro Hispánica, quienes ya ofrecen tGOLD y tSILVER a través de sus tiendas en línea.

Los *tokens* digitales tGOLD y tSILVER se encuentran 100% respaldados por lingotes de oro y plata provenientes de la afinadora Sempsa JP, son canjeables por metal físico y no tienen costes de custodia asociados. Un *token* equivale a un gramo del metal subyacente, y es divisible en hasta 18 decimales, permitiendo a los inversores comprar, enviar y recibir fracciones de oro y plata de manera instantánea 24/7, a bajo coste y desde la comodidad de su teléfono móvil, utilizando la aplicación móvil de

Aurus (Aurus - Precious Metals & DeFi).

Al igual que Internet, la tecnología *blockchain* ha llegado para quedarse y estamos en las fases iniciales de su curva de adopción. Se estima que para el año 2030, la cantidad en activos equivalente al 10% del PIB mundial se encontrará registrado en la *blockchain* (BCG, 2022). Sempsa JP junto a las cinco comercializadoras de metales preciosos, se han convertido en pioneras, adoptando una tecnología disruptiva que acelerará la transformación digital de los activos físicos, permitiendo que cualquier persona conectada a Internet pueda acceder a inversión en oro y plata en formato digital. ■

# Oportunidades de negocio con Diloy



© Beatriz Badás Álvarez

Diloy, fabricante español especialista en correas de reloj, conoce los cambios que se experimentan en la sociedad y que llevan a nuevos hábitos de consumo y deseos. Así, traduce estos cambios en oportunidades de negocio para contribuir al crecimiento del sector relojero.

**El auge de los smartwatches**

Diloy ha decidido apostar por este terreno y se encuentra trabajando mucho en su línea de correas para *smartwatches* con modelos de silicona y otros de cuero con pasadores de cambio rápido. De esta manera, Diloy tiene una visión clara y es que mientras el mundo de los *smartwatches* parecía una amenaza para la relojería tradicional, en realidad abren oportunidades de negocio. “Es cierto que no vas a reparar un Apple Watch en

un relojería, ni vas a cambiar la pila de un reloj Samsung, pero estos relojes están consiguiendo que las generaciones más jóvenes empiecen a lucir este complemento en sus muñecas, cuando antes no llevaban nada”, cuentan desde Diloy. Por ello, desde la empresa consideran que los relojeros deben hacerse un hueco y aprovechar el momento, conseguir que el consumidor visite su relojería para adquirir una nueva correa para su reloj.

Está claro que existe una oportunidad de mercado en la venta de correas, pero para el relojero hay una adicional: y es que el consumidor que nunca entraba en una joyería ahora sabe que en este tipo de establecimientos puede comprar una joya, un reloj tradicional, un *smartwatch* o una correa.

**Correas a medida**

La personalización o el dar con un producto a medida se ha convertido en

una fuerte exigencia del consumidor y Diloy lo lleva un paso más allá, ofreciendo solución a relojes antiguos para los que ya no hay repuesto. De esta manera, desde la empresa ofrecen correas a medida en las que la calidad y el precio van de la mano, dando así una segunda vida a un reloj antiguo aunque seguramente especial para el cliente final.

**De la tienda tradicional al e-commerce**

Aunque desde Diloy consideran que el *e-commerce* tiene sus ventajas, como su disponibilidad 24/7 o el acceso a promociones exclusivas, y desventajas, como contar con demasiado producto, en realidad apuestan por esta herramienta como un complemento adicional y no un sustituto. “Los gastos de viaje cada son más elevados, cada vez hay menos vendedores en activo y cada día es más difícil estar en la relojería justo el día que el relojero tiene una necesidad, sin embargo el *e-commerce* siempre está ahí

disponible”, afirman. El objetivo de una visita comercial puede ser el de humanizar la relación, presentar novedades o asesorar; mientras que el mundo digital puede jugar a nuestro favor y ser una herramienta de eficacia y rapidez, como hacer un pedido importante en cualquier momento. Por otro lado, esta herramienta también ofrece oportunidades de cara al cliente final, ¿por qué vas a decirle al cliente que acude a la relojería que no tienes el modelo que desea cuando, en realidad, se lo puedes enseñar desde la web y realizar el pedido para cumplir así con su deseo?, reflexionan desde Diloy. Teniendo en cuenta además que, casi el 100% de los pedidos *online* recibidos antes de las 13.00h se despachan el mismo día y se entregan al día siguiente. En definitiva, una herramienta para complementar nuestro día a día. ■

www.diloy.com  
WhatsApp: 913 321 226



# Intenso Rally alcista en el precio de los metales



© Alberto Vergara, director financiero de Sempsa JP

Realmente intenso rally alcista en el precio del oro y de la plata en estas últimas cuatro semanas, uno aumentando un 7% su valor y la otra casi un 12%. Ahora bien, ¿es sostenible o sostenida esta subida de precios de dichos metales preciosos?

Claramente este incremento se debe a las últimas interpretaciones que hacen los analistas de los movimientos de la Fed que arrojan una expectativa de menor subida de tipos. Se habla de próximas subidas de 0,5% dejando atrás los 0,75% habituales de los últimos meses. ¿Significa eso que la Fed va considerando controlada la inflación que sigue altísima (7,8% en USA y 10,6% en la eurozona)? Pues no está del todo claro.

Aún siendo escaladas de tipos menos agresivas, se prevé que alcancen un 5% en primavera (ahora en el 3,75%) y ya comiencen a bajar después del verano de 2023. Asimismo los tipos del EUR que marca el BCE están en el 2% y se estima que alcancen el 3% en el segundo trimestre de 2023.

En este contexto podemos decir que el mercado del oro se mantiene a flote y en niveles de soportes resistentes, pero los inversores todavía no se atreven a apostar decididamente por alzas mucho más importantes. Sí, la Fed vislumbra un horizonte menos alcista de tipos, pero aún está lejos la cumbre y ello seguirá insuflando muchísimo poder al billete verde americano. No olvidemos que, a pesar del reciente desperezamiento del EUR respecto al USD debido, claro está, a las recientes subidas de tipos del BCE, el cambio USD/EUR es un hasta 12% mayor que hace un año.

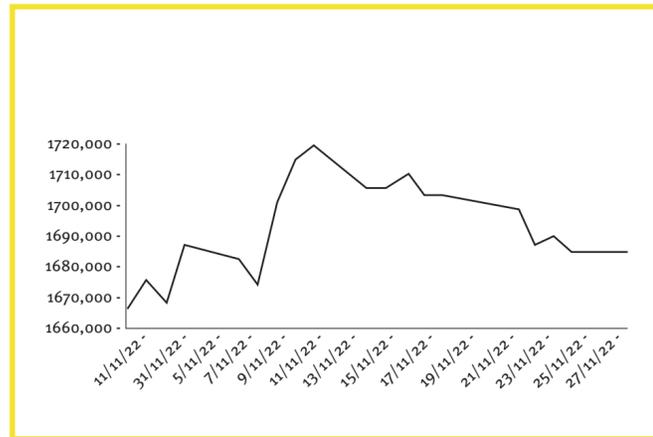
Este seguirá pues siendo un entorno difícil para el oro. Sin embargo, incluso si los precios no suben más allá de los \$1800/oz, es evidente que, a pesar de

los obstáculos, el oro continúa ofreciendo mejores resultados que sus alternativas de inversión y mantiene su estatus de diversificador de riesgos. Además, la campaña navideña invita a adquirir productos relacionados con metales preciosos que siempre son un acierto y evitan una depreciación del dinero invertido, aspecto este último que no se puede decir casi de cualquier otro regalo. De cara a estas fiestas se perfilan como una de las mejores elecciones. ■

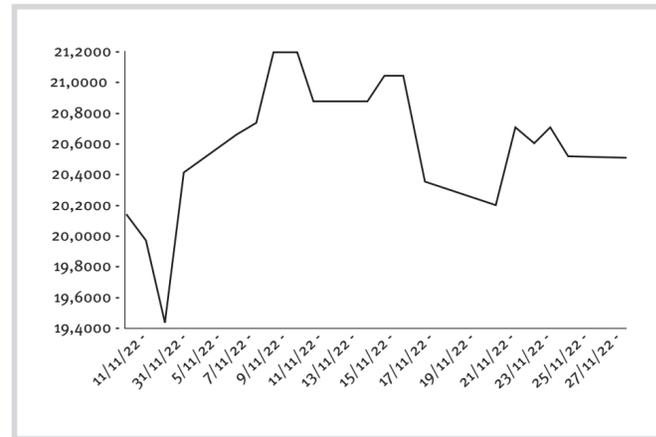
## - Efemérides - Cotización del oro y la plata

Años	Oro EUROS/G	Plata EUROS/KG
HACE 15 AÑOS 30/11/2007	17,807	340,926
HACE 10 AÑOS 30/11/2012	44,028	932,207
HACE 5 AÑOS 30/11/2017	35,899	495,121
HACE 1 AÑO 30/11/2021	52,397	712,621
HACE 1 MES 31/10/2022	54,624	682,206

### Precio del oro en \$/onza noviembre 2022



### Precio de la plata en \$/onza noviembre 2022



## Hambre de oro en el tercer trimestre de 2022

Hasta un 28% más creció la demanda de oro durante el tercer trimestre de 2022 respecto al pasado año, alcanzando las 1.181 toneladas, según comunica el World Gold Council (WGC). De esta forma se recuperan los números previos al COVID con la salvedad que este crecimiento se debió más a la actitud de consumidores y bancos centrales que al oro de inversión, que sí sufrió, en palabras del informe de tendencias, "una notable contracción", un -47% interanual, debido al cóctel provocado por los altos tipos de interés y un dólar fuerte.

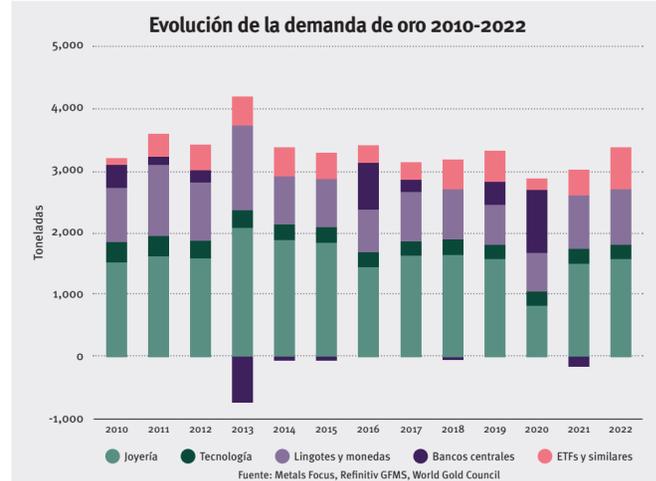
Resulta notable apuntar que el consumo de joyería ha vuelto a los niveles de la prepandemia. Con 523 toneladas, supone un 10% más que en 2021. Recupera brío principalmente gracias a India donde los consumidores urbanos compraron joyas un 17% más. Oriente Medio también destacó en ese renovado apetito

por el oro, destacando Arabia Saudí con un +20% y los Emiratos Árabes con un +30% respecto al tercer trimestre de 2021. Fue más modesta la participación de China, tradicional consumidor de joyería, con un +5%.

En cuanto a los bancos centrales, se tilda de compras récord estimándose en casi unas 400 toneladas en una clara política de aumentar sus reservas de oro.

Interesante también destacar que la producción minera aumentó un 2%. No así el reciclaje del oro, lo que para los analistas del WGC supone que "los consumidores se aferraron a su oro ante el aumento de la inflación y las perspectivas económicas inciertas". ■

Para mayor información consultar el informe de tendencias en la web del WGC: <https://www.gold.org/goldhub/research/gold-demand-trends/gold-demand-trends-q3-2022>



# ORO BASE

Fornituras de Joyería, S.A.

El mayor surtido de fornituras y complementos en oro, plata, gold filled y otros materiales. Todo lo que necesita en un sólo click.



CRIOLLAS



NUOVA COLECCIÓN



FORNITURAS DE ORO



FORNITURAS DE PRECISIÓN



FORNITURAS DE PLATA



FORNITURAS DE GOLD FILLED



CADENAS DE ORO Y PLATA

Usted lo imagina, nosotros lo realizamos. Orobace, siempre cerca de usted

[WWW.ORBACE.ES](http://WWW.ORBACE.ES)

Delegación Andalucía  
Ángel Luque  
T. 607 505 606

Distribuidor Oviedo  
Comercial Doncel  
T. 985 216 281  
comercialdoncel2015@gmail.com

Central Madrid  
T. 915 310 207  
www.orbase.es

Distribuidor Murcia  
Palomera, C.B  
T. 968 293 860  
palomera@comercialpalomera.com

Delegación Bilbao  
T. 944 795 267  
orbasebilbao@hotmail.com

Distribuidor Cataluña  
Justo Comercial de Relojería, S.A.T.  
T. 933 175 787  
www.justo-relojeria.com

# El resurgir de ANILLOS Y BRAZALETES

© Beatriz Badás Álvarez

Visto en pasarelas, la nueva temporada sorprende con una tendencia que coloca a la joyería, de nuevo, en un primer plano. Y es que, en materia joyas, lo que más se ha visto en los últimos desfiles han sido una infinidad de anillos y brazaletes, confirmando la tendencia que triunfará esta temporada y, por lo tanto, la importancia de estas piezas en nuestros looks.

Pensadas para brillar en la temporada Otoño-Invierno y, sobre todo, en la época festiva que está a punto de llegar, los brazaletes y anillos se colocan en el podio de lo que es tendencia con un nuevo manual de uso que representa diferentes códigos de estilo. Por un lado, los anillos en formato maxi pensados para combinar con otros y crear un total look, así como el auge de una pieza tan clásica y con tanta historia como el anillo sello; por otro lado, los brazaletes que se colocan por encima de mangas de jerseys y camisas para cederles el protagonismo absoluto. Pero esta tendencia va más allá,

confirmando el regreso de los brazaletes cuff, esos que se colocan en la mitad del brazo, por debajo del hombro. Un gesto muy de los 2000 que veremos incluso en la próxima temporada Primavera-Verano.

A esta tendencia se suma el regreso del estilo Punk, un regreso con una estética mucho más elegante y sofisticada que permite lucirla en cualquier momento del día y bajo diferentes estilos.

En cuanto a texturas y estilos, los cristales y diamantes brillan más que nunca, los motivos geométricos exploran nuevos territorios y presentan piezas muy creativas, así como las texturas, que ofrecen piezas repletas de personalidad. Los cristales XXL vuelven a estar presentes y, entre tanta tendencia, las joyas que guardan ese valor atemporal son las más deseadas.

En definitiva, una tendencia que salta de la pasarela a la calle y se coloca en nuestros joyeros, después de comprobar como los pendientes, piercings, chokers o collares de perlas son otros de los favoritos. Así, el total look en materia joyas está servido para triunfar. ♦

## Formato maxi

Esta vez, el formato maxi y el minimalismo conviven con el fin de permitir nuevas combinaciones. Brazaletes y anillos se presentan en su versión más maxi para llenar de personalidad cada look. Y las posibilidades son infinitas, desde piezas clásicas, piedras de colores, diamantes y cristales blancos o formas nuevas.



© Salvatore Plata

## Brazaletes rígidos

Si hablamos de brazaletes, los rígidos son los nuevos favoritos. Perfectos para lucir en cualquier momento, se convierten en una segunda piel y en una joya que muestra nuestra personalidad. En ella, destacan de nuevo las texturas, los símbolos y los materiales que las decoran y elevan. Un nuevo must.



Caterina B



LECARRÉ



Roberto Coin



Marina García



Durán Exquise



Eugenio Lumbreras



Nanis



Mabina



Rue des Mille



Gold&Roses



Novecentonovantanove



Caterina B



ECH Jewelry



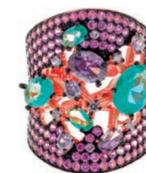
Magic Wire



GoFrey



Facet



Salvatore Plata



Cosar



Victoria Cruz



Marea



Durán Exquise



Ciclón



Liska



Guess



Calvin Klein



Vidal&Vidal

# El resurgir de ANILLOS Y BRAZALETES

## Anillos dobles o articulados

La tendencia más llamativa y la más sorprendente a partes iguales que ya conocemos de épocas pasadas. Una joya repleta de personalidad, con carácter y llamativa que se presenta en diferentes versiones: articulados, de esos que ocupan prácticamente toda la mano y se llevan toda la atención, para lucirlos apilados, abiertos o con varias líneas.



Rue des Mille



ECH Jewelry



Cosar



Gold&Roses



Salvatore Plata



Antonini



Victoria Cruz



Javier García



Lotus Silver



Calvin Klein



Radiant



Marea

## Mix de materiales

La tendencia por excelencia de la temporada conquista también a los anillos y brazaletes que más luciremos estos meses, demostrando así la creatividad de este sector. Una combinación de materiales que va desde piedras y cristales, hasta metales y colores. Joyas que hablan por sí solas.



Thomas Sabo



Salvatore Plata



Nomination



Facet



Durán Exquise



Mabina

## Pulsera tipo cuff

La pulsera que más veremos la próxima temporada Primavera-Verano y que ya podemos tener en el radar. Un regreso desde la época de los 2000, las nuevas generaciones tienen mucho que ver con esta tendencia. Pulseras que se colocan a mitad del brazo, adornando este de una forma sofisticada y con carácter.



Rue des Mille



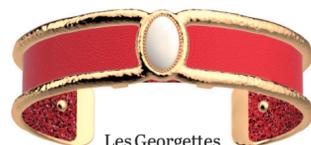
Durán Exquise



Thomas Sabo



Salvatore Plata



Les Georgettes



Calvin Klein



Victoria Cruz



Amen

**NOWLEY**  
TIME FOR CHANGE

Prisma Collection  
DISEÑO EXCLUSIVO DE 12 LADOS  
MAN & WOMAN

INDUSTRIAL MARTÍ DE RELOJERÍA S.L. / Pi, 12 · 08002 Barcelona · 93 412 26 28  
www.smart.nowley.com · www.nowley.com · www.industrialmarti.com · www.potens.com

## El resurgir de ANILLOS Y BRAZALETES

### Anillos sello

Una de las joyas más clásica y con más historia de nuestro sector. Un anillo con un gran valor sentimental que, en muchas ocasiones, pasa de generación de generación. El deseo de lucir esta pieza crece hoy, promovida por la tendencia de obtener joyas con valor y que perduran. Nuevas formas y materiales actualizan hoy esta pieza.



Bea Soldado



Cosar



Secrecy



Radiant



Maman et Sophie



Thomas Sabo



Viceroy



Rue des Mille



Mabina



Durán Exquse



Salvatore Plata

### Formas geométricas e irregulares

Continúan conquistando el joyero y el sector explora nuevas formas para crear piezas llamativas. Desde clásicas formas como cuadrados, triángulos o rectángulos que se presentan con un aire renovado, hasta otras formas diferentes y llamativas, así como símbolos con nuevos formatos. La tendencia que ha llegado para quedarse.



Mabina



Borsari



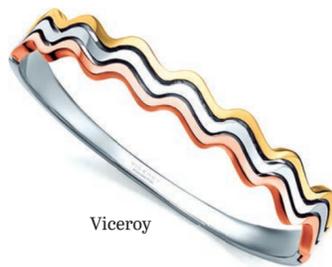
Marea



Marina García



Gold&Roses



Viceroy



Thomas Sabo



Anartxy



Maman et Sophie



Cosar



Secrecy



Rue del Mille



Durán Exquse

GF  
GoFrey®  
SILVER JEWELLERY

gre@gio UOMO feel safe Woman UOMO airam  
SILVER STEEL

YERFOG, SL  
geral@yerfog.com | +34 677 680 922 | C/ Guillem de Castro, 59 - Valencia, España

## El resurgir de ANILLOS Y BRAZALETES

### Estilo Punk

El nuevo estilo Punk conquista a las generaciones más jóvenes y a los apasionados de la joyería. Un *total look* en negro combinado con símbolos o cristales, los clásicos eslabones con un nuevo estilo así como símbolos propios de esta estética, como pinchos o estrellas... La tendencia más arriesgada de la temporada.



GoFrey



Viceroy



Mabina



Thomas Sabo



Argyor



Cosar



Nomination



Durán Exquise



Amen



Guess

### Estilo Vintage

La estética *vintage* sigue en auge y esta temporada triunfa más que nunca. La nostalgia por épocas pasadas siempre ha estado muy presente pero esta vez, piezas *vintage* se hacen virales incluso en redes sociales, colocándolas como un esencial. Joyas atemporales y con mucho valor sentimental que siempre tendrán cabida.



LECARRÉ



Thomas Sabo



Facet



Marea



Amen



Durán Exquise



Bea Soldado



Top Silver



Salvatore Plata



Mabina

## LUCA BARRA, innovación y creatividad



Si por algo se define Luca Barra es por su diseño, 100% *made in Italy*, por la atención a los detalles, la búsqueda continua de nuevos materiales y el deseo de ser siempre innovadores. Así, sus joyas se convierten en piezas originales diseñadas bajo la calidad de los mejores materiales y especial atención al uso de tecnologías de vanguardia en el sector de la joyería. Creatividad, ambición y diseño son las otras claves que definen a esta marca italiana y que la diferencia de otras empresas del mercado; unas claves

que se traducen en propuestas que nos conquistan para estas navidades. Luca Barra se adapta a las tendencias del momento sin perder su esencia, su estilo y su contemporaneidad para dar vida a joyas únicas que cuentan historias, momentos de la vida.

Con una amplia gama de colecciones que satisfacen los diferentes gustos y ocasiones de uso de un *target* cada vez más variado y exigente, Luca Barra conquista el mercado con sus diferentes propuestas, pensadas para captar la atención y que alían calidad y precio. ♦

**RTD-Rolau Time Distribuidora**  
**Roberto Gallegos**  
**Tel: 686 455 732**  
**IG: @rtd\_lucabarra\_spain**  
**E-mail: rtd16.roberto@gmail.com**



## Elegancia para cada día con Chi Mi Ama

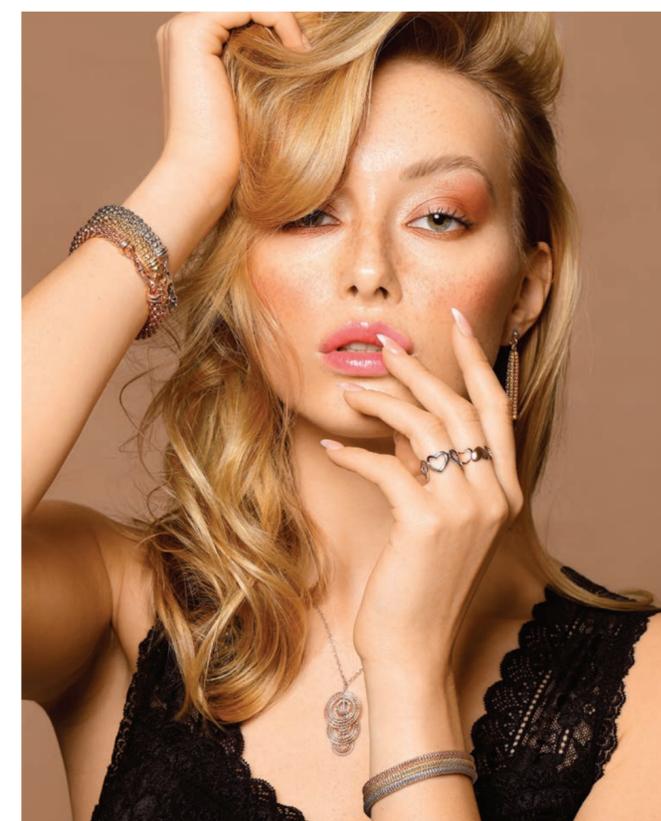


Chi Mi Ama destaca por su diseño refinado y su calidad *made in Italy* así como por joyas sofisticadas, aptas para cualquier momento del día. Y es que esta es la esencia que mejor define a esta marca italiana, que conquista a mujeres que cuidan cada detalle y que buscan piezas elegantes y fáciles de lucir al mismo tiempo.

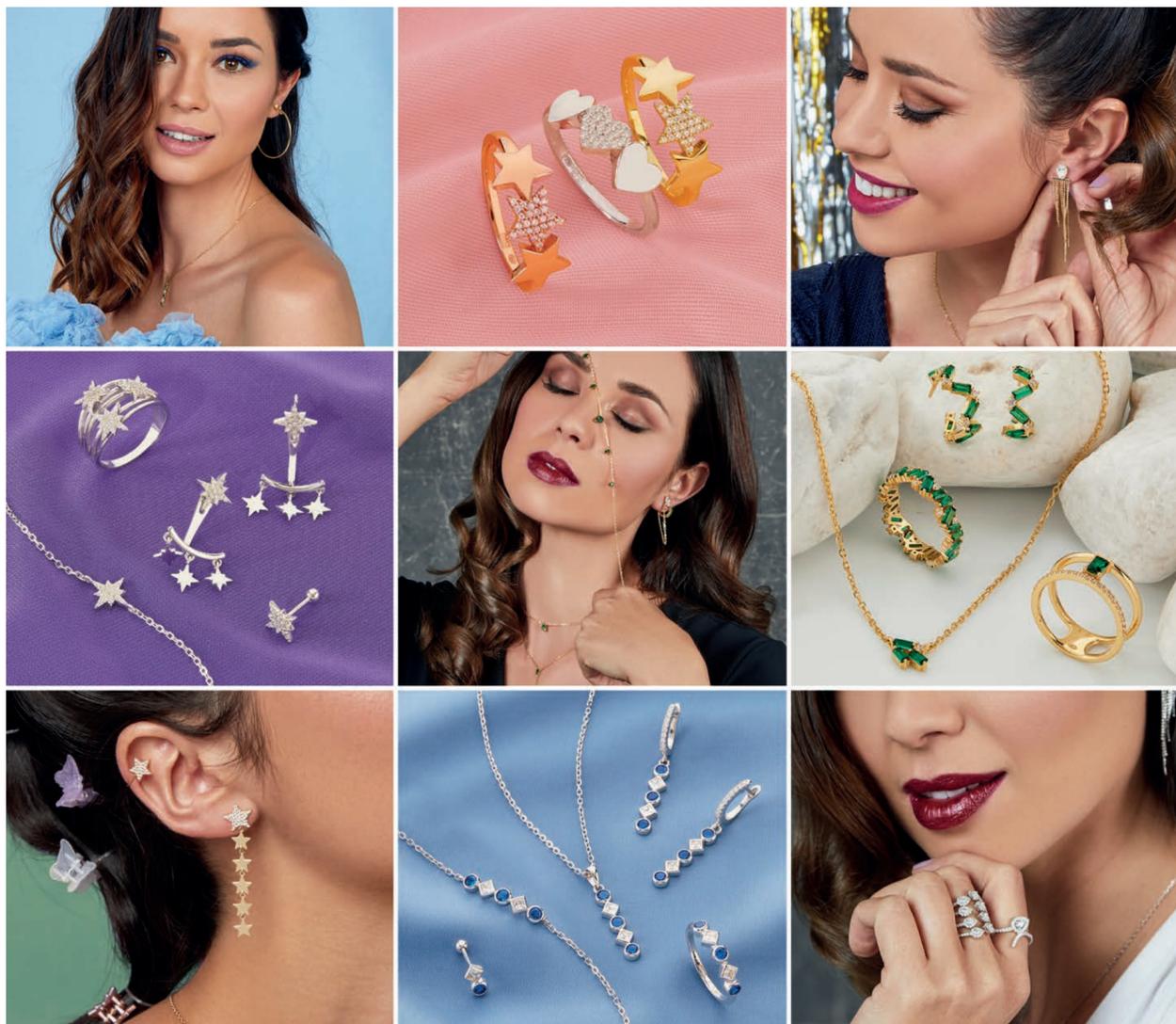
Su variedad de joyas creadas en plata y diseñadas para todas las mujeres que

buscan sentirse cómodas y que buscan, también, joyas que se convierten en una segunda piel, convierte a Chi Mi Ama en la opción perfecta para completar nuestro joyero de esenciales. Además, sus colecciones ofrecen desde joyas con eslabones hasta otras piezas más especiales con cristales. Encontrar la joya perfecta para regalar esta navidad es sencillo en Chi Mi Ama. ♦

**RTD-Rolau Time Distribuidora**  
**Roberto Gallegos**  
**Tel: 686 455 732**  
**IG: @rtd\_rerum\_chi\_mi\_ama\_spain**  
**E-mail: rtd16.roberto@gmail.com**



# MAREA tiene las joyas que te harán brillar estas fiestas



Marea ya se ha preparado para ofrecernos un amplio surtido de joyas a la última, incluyendo la combinación por excelencia de esta temporada: el dorado con esmeralda

En su colección Zoe, encontramos joyas indispensables en una época en la que los brillos cobran protagonismo. Desde maxi anillos hasta pendientes 2 looks

Ya ha pasado más de un año y medio desde que Marea lanzó su primera colección de joyas de Plata de 1ª Ley, y ahora se prepara para cerrar el año sin dejar de sorprendernos. Como es costumbre en estas fechas tan señaladas, los escaparates empiezan a teñirse de dorado y esmeralda y brillan más que nunca. Además, esta combinación tan afortunada ya lleva siendo tendencia desde hace unos meses. En Marea no dan puntada sin hilo y en septiembre ya se adelantaron con pinceladas de este dúo de tonalidades en algunas de sus

colecciones, como *Hypnotic* o *Angel*, y, anteriormente, en *Zoe*, su colección más exuberante. En su colección *Angel* podemos ver la combinación de plata bañada en oro con circonitas esmeralda. Estas joyas intercalan circonitas en bocel con la talla carré y redonda, formando una hilera de destellos idóneos para la Navidad, haciendo honor a su nombre "ángel". También lo encontramos en plata rodiada y circonitas zafiro, colores fríos muy oportunos para los estilismos de esta época del año. Las joyas de la colección *Zoe* se caracterizan por ser atemporales a la par que

sofisticadas, ideales para lucir en las fiestas navideñas. De entre las piezas que combinan dorado y esmeralda, queremos destacar el collar en forma de "Y", que aporta elegancia a cualquier look. También encontramos piezas como maxi anillos con multicirconitas, otra tendencia de la temporada, o collares dobles que atrapan todas las miradas; joyas indispensables en una época en la que los brillos cobran protagonismo. Asimismo, encontramos pendientes 2 looks que permiten que un solo pendiente se pueda llevar tanto en un ámbito informal como en uno más arreglado.

Por último, no podemos dejar de lado un elemento tan navideño como la estrella. Y es que, en Marea, la encontramos en varias colecciones y para todos los gustos. Ya sea en circonitas de colores eléctricos en su colección *Rock You*, en forma de estrella polar con diseños muy originales en *Wonder* o en una amplia gama de opciones para todos los estilos y momentos. En definitiva, un año más, Marea llega preparada para cerrar el año con fuerza ofreciendo un sinfín de joyas de plata que siguen las últimas tendencias y abarcan los gustos de todo tipo de consumidor. ♦

DAFNE FERNÁNDEZ



MAREA

WATCHES · SMART · JEWELS



Ref. B54223  
PVP: de 69,90 €  
a 79,90 €



www.marea.es



## DUWARD añade color y fantasía a su colección Smart Style

Duward amplía su colección Smart Style con una nueva caja dorada, que junto con la plateada, rosada y negra, hacen un total de 4 colores disponibles. A esta novedad se suma un nuevo brazalete de malla milanese de acero con cierre oculto en acabado rosado.

Aunque la gran novedad es la incorpo-

ración de correas de silicona en acabados de fantasía, que permiten darle a tu Smart Style una imagen original, informal y divertida. Los diferentes diseños van desde el modelo LGTBIQ+, pasando por los acabados en *animal print* o la estética floral y sin olvidar los diseños de fantasía. Con estas nuevas incorporaciones ya es posible realizar más de 150 combinaciones diferentes. ♦



## Love in Verona, lo nuevo de ROBERTO COIN

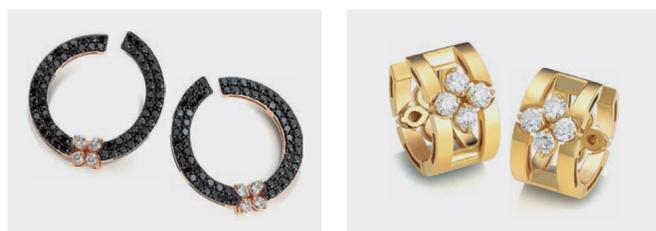
© Beatriz Badás Álvarez

Después de dedicar colecciones a Portofino, Capri, Roma y Venecia, Roberto Coin ha elegido otra ciudad italiana como inspiración para sus joyas: Verona. La marca presenta ahora Love in Verona con creaciones que, de nuevo, nos conectan con las ciudades más emblemáticas de Italia y se convierten en embajadoras de su belleza.

Verona es el escenario de la historia de amor más famosa de la literatura, Romeo y Julieta, y el hogar del "Juliet Club", el club más romántico desde 1930 que gestiona las miles de cartas de amor a Julieta que llegan desde todos los rincones del mundo. Todos los días, un grupo de mujeres se reúne para leer y contestar las cartas de amor y luego conservarlas en un precioso archivo, todo en nombre del amor y de la ciudad de Verona.

Una inspiración que se refleja en las joyas de esta nueva colección de Roberto Coin, diseñadas en tres colores de oro, que se trabajan para obtener un efecto ultrabrillante y con una aleación resistente, y en acabados pulidos y satinados para combinarlos y crear un efecto total look. Además, cada diamante se engasta a mano y el cierre de cada pulsera está diseñado con un mecanismo oculto que garantiza la máxima seguridad.

El diseño reintroduce la flor de diamante de cuatro pétalos, que ha sido el centro de otras colecciones de la marca. La constante repetición de la flor por toda la superficie de las joyas es una evocación estética de la estructura arquitectónica de la Arena de Verona, otro de los emblemas de la ciudad. En una colección rica en símbolos, Roberto Coin ha optado por expresar su artesanía en una estética minimalista y contemporánea. ♦



## Los atemporales de MALIZZIA

© Beatriz Badás Álvarez

La Navidad ya está a la vuelta de la esquina y la *wish-list* empieza a ser una realidad. En esta época estival siempre buscamos sorprender a nuestros seres queridos con un regalo que marque la diferencia, que sea especial y

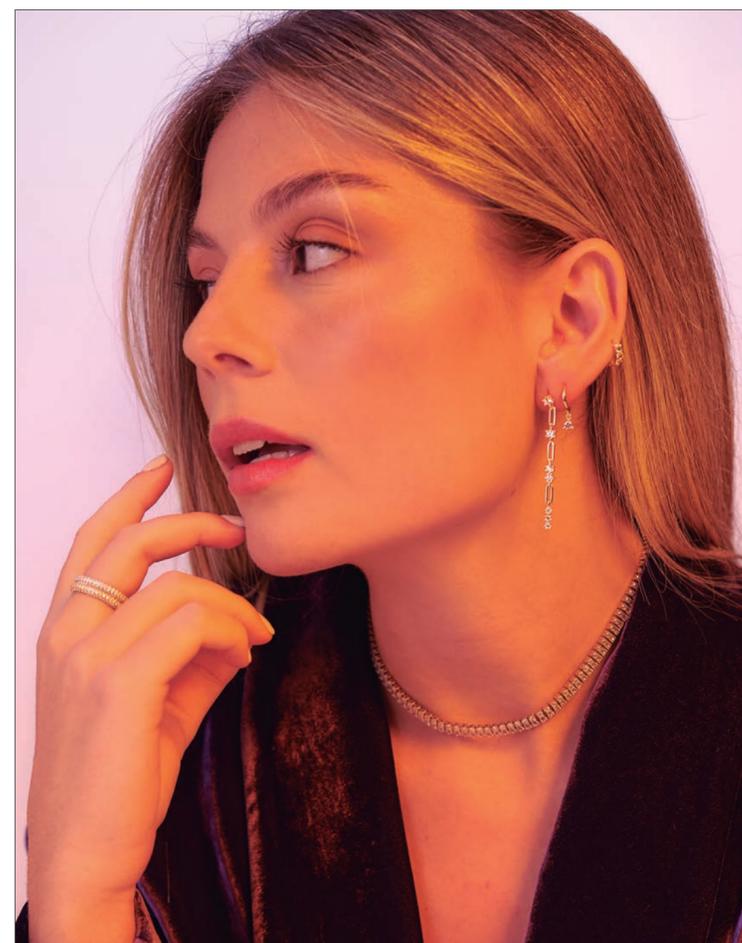
que contenga ese valor emocional. Para ello, que mejor que recurrir a una joya convertida en una segunda piel y para lucir siempre.

Malizzia quiere cumplir con ese deseo y propone, para esta Navidad, una selección de piezas atemporales y clásicas en las que las circonitas blancas son protagonistas. Así, además de regalar una pieza

que perdurará en el tiempo, regalaremos un extra de brillo que elevará cualquier look. "Joyas que dan mucha luz al rostro y que son versátiles tanto para un evento especial como los que acontecen, como para el día a día", cuentan desde Malizzia. Y es que, además de tratarse de un regalo perfecto o de una joya para lucir de forma elegante, también puede ser

un autoregalo para completar nuestro joyero con piezas que nunca dejarán de ser tendencia.

Con una estética minimalista y un diseño clásico, las joyas esenciales son siempre un acierto seguro. Piezas perfectas para quien quiere joyas a las que sacar partido y un regalo para recordar siempre. ♦



M A L I Z Z I A



AG925 Milésimas

Antonio Blázquez  
M. 625 517 423  
ag925milesimas@gmail.com

925MILESIMAS.COM



Felices Fiestas

SE BUSCAN AGENTES COMERCIALES  
PARA DISTINTAS ZONAS

## El arte de combinar joyas con NANIS

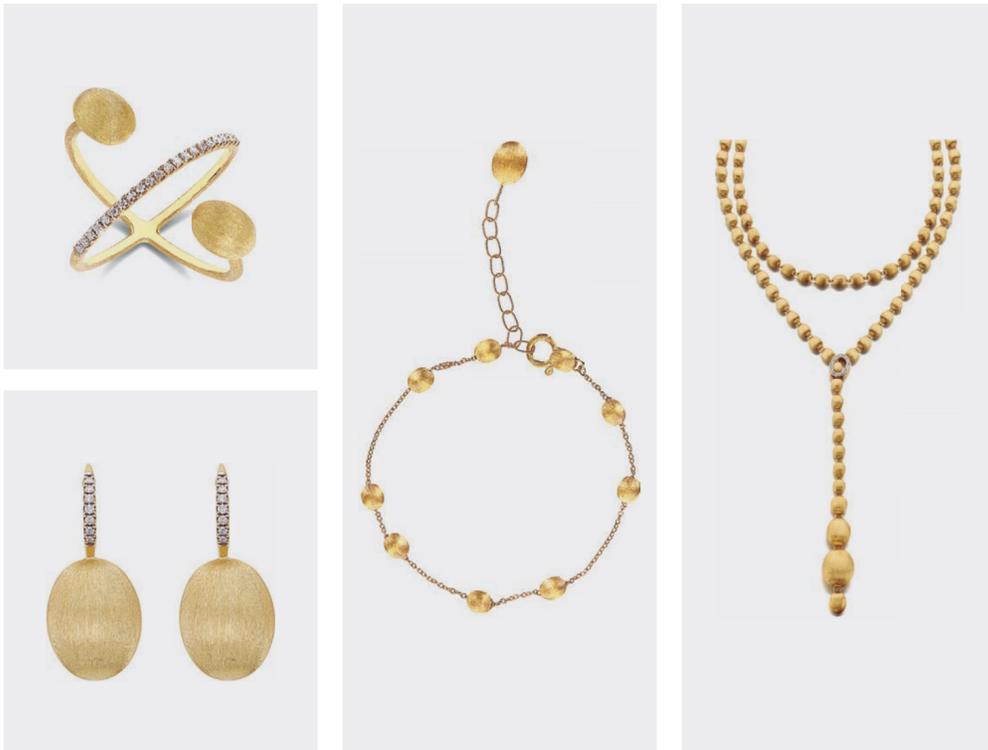
© Beatriz Badás Álvarez

Nanis presenta sus novedades en las que la artesanía y la modernidad conviven en joyas aptas para cualquier momento del día y diseñadas con el fin de crear combinaciones únicas y muy personales.

“Es una de las primeras joyas que sentí la necesidad de crear”, dice Laura, directora creativa de Nanis, hablando de CILIEGINE. Estos pendientes nacieron del deseo de crear una joya que de alguna manera pudiera consagrar la forma más icónica de Nanis, que es la bola de oro grabada a mano. Así, la marca italiana presenta CILIEGINE, convertida en un éxito de ventas de Nanis, con joyas para llevar de manera clásica o combinándolas entre sí.

Al mismo tiempo, Nanis presenta IVY, una joya envolvente y única. Imaginada por una mujer y diseñada para la mujer actual, la directora creativa de Nanis, Laura, ha dado vida en esta pieza a un *must-have* contemporáneo. Esta extraordinaria joya, que sorprende por su ligereza, está realizada con refinadas e “inusuales perlas de oro de 18 quilates”, grabadas a mano una a una con la antiqüísima técnica del buril.

La versatilidad, siempre en el ADN de la marca, alcanza su máxima expresión en este collar de oro y diamantes, adaptándose a cada ocasión y look. ♦



## ECH Jewelry, desafiando retos con joyas en movimiento

© Beatriz Badás Álvarez

ECH Jewelry es una marca de alta joyería, ubicada en Barcelona y fundada por Elena Chernyavskaya. Elena da vida a esta marca que se inspira en la intersección del arte contemporáneo con la sofisticada ingeniería relojera, originando así una propuesta distinta

a todo lo que se ha hecho hasta ahora en alta joyería.

Rompiendo moldes, desafiando retos y, sobre todo, desarrollando un sistema exclusivo, que convierte al cliente en diseñador, situándolo en el verdadero centro de la joya; una obra de arte en movimiento. Así se define ECH Jewelry, que con sus colecciones propone un juego conceptual, artístico y extremadamente

provocador y donde los complementos “ugly”, como elementos de la naturaleza que suelen resultar desagradables, se convierten en algo bello.

Los anillos de dos dedos en oro de 18kt y diamantes, con un sofisticado sistema tecnológico de titanio llaman la atención. Una joya que favorece el juego y la co-creación del cliente ya que, mediante un kit de herramientas, puede

incorporar elementos o prescindir de ellos, creando la pieza a su manera. Así como un brazaletes, también de oro 18kt y diamantes, flexible. Este goza de un sistema mecánico en titanio que facilita extender la creación con un amplio abanico de elementos ornamentales. En esta propuesta, el co-creador diseña una joya escultórica en la que se sugiere el vuelo de los insectos. ♦



# JAVIER GARCIA

DIAMONDS & JEWELS  
BARCELONA

TASACIÓN CON OPCIÓN A COMPRA O CAMBIO DE SUS JOYAS Y DIAMANTES SIN ENGARZAR



FABRICACIÓN EN ORO DE 18 KILATES CON DIAMANTES  
[WWW.DIAMANTESJAVIERGARCIA.COM](http://WWW.DIAMANTESJAVIERGARCIA.COM)

BARCELONA  
Tel.: (+34) 93 789 29 66 - Tel.: (+34) 93 780 99 13 - Móvil: (+34) 607 210 558 - Email: javierinterline@gmail.com  
INSTAGRAM [diamantesjaviargarcia](https://www.instagram.com/diamantesjaviargarcia)

# MadridJoya eleva las tendencias de la temporada II

© Beatriz Badás Álvarez

En el número de *Contraste* Noviembre presentamos la primera parte de las tendencias vistas en MadridJoya septiembre, dando protagonismo a joyas convertidas en un *must* que se convierten en la elección perfecta para la *wish-list* navideña. Piezas que, además, transmiten la creatividad, originalidad y la ilusión por sorprender así como una lista marcada por los dorados, la inspiración Art Decó, el color y las perlas.

En esta segunda parte, las tendencias vuelven a colarse en nuestras páginas dando paso a formas geométricas, eslabones, collares largos, maxi anillos y un mix de materiales. Clásicos y nuevas formas se dan la mano para formar la lista de las tendencias de la temporada. ♦



**Agumarina Atelier**

Los maxi anillos vuelven a resurgir esta temporada, colocándose en los primeros puestos de lo que es tendencia. Agumarina Atelier presenta unos diseños atemporales en los que los diamantes son protagonistas.



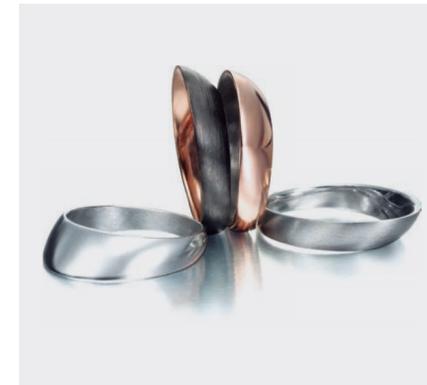
**Alisia**

La esencia italiana estuvo presente en MadridJoya con Alisia, que propone un conjunto de collar y pendientes en el que una explosión de color a través de una combinación de tonos llamativos, las piedras naturales y un estilo elegante y femenino, son protagonistas.



**Generoso Gioielli**

Las perlas se han convertido ya en un esencial de la joyería aunque esta temporada sorprende con un nuevo estilo: las maxi perlas. Una tendencia que Generoso Gioielli interpreta a la perfección en un anillo que transmite elegancia.



**Jorge Revilla**

Las formas "raras" y diferentes son, sin duda, la tendencia llamativa de la temporada que devuelve al sector joyero esa creatividad. La propuesta de Jorge Revilla interpreta esta característica y confirma la tendencia.



**Luca Lorenzini**

Luca Lorenzini presentó en MadridJoya su nueva colección Terra, caracterizada por la esencia italiana y un acabado artesanal inconfundible. En esta colección descubrimos brazaletes, tendencia en auge, pendientes con diseños innovadores y formas irregulares.



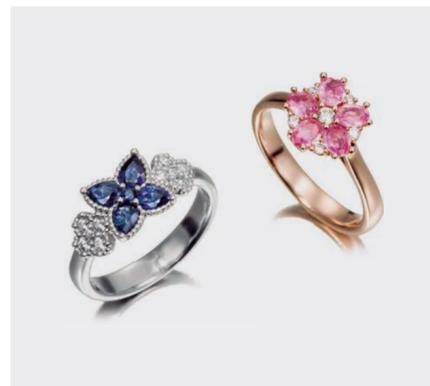
**Alpi-Or**

Desde que se anunciaron como tendencia, han llegado para quedarse. Los eslabones se han convertido ya en un esencial y una opción para cualquier momento del día; por ello, Alpi-Or propone un conjunto atemporal y con los eslabones como protagonistas.



**As&As**

Las formas vuelven a cobrar vida en el sector de la joyería, apostando por ese toque diferenciador que hace la pieza más especial si cabe. Una dosis de creatividad en joyas que acaparan miradas.



**CH Joyeros**

Las piedras semipreciosas y los diamantes se alían en los diseños que CH Joyeros presentó en MadridJoya. Una vuelta a los clásicos en los que las flores, símbolo atemporal en el mundo joyero, dan vida a piezas esenciales y frescas.



**Luna de Baroda by Merina**

El Royal Blue y la forma geométrica octogonal conquistan siempre las tendencias más atemporales del sector. Luna de Baroda propone un conjunto con estas características que, sin duda, no pasa desapercibido.



**Miquel Sardà**

Los eslabones en su versión más contemporánea. Miquel Sardà propone un conjunto llamativo y original, en el que la plata, el oro y la cianita se fusionan para conseguir un efecto que marca la diferencia. Joyas especiales que siempre tienen cabida.



**Salvatore Plata**

Los collares largos conquistan esta temporada, y el diseño se vuelve protagonista. Por ello, Salvatore Plata marca la diferencia con su collar Sfera, de tipo cobradero y adornado con pavé de circonitas. Atractivo, único y personal.



**Cosar Silver**

Cosar Silver presentó en MadridJoya su nueva colección Dalia; una colección que como confirmaron para *Contraste* tuvo una muy buena acogida. Adaptando las tendencias a su estilo, los collares largos son un *must* esta temporada.



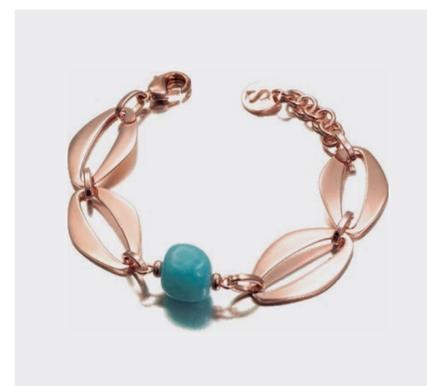
**Disney**

Las joyas de Disney siempre conquistarán a los más pequeños. Esta temporada los diseños de la marca se tiñen de rosa, color favorito temporada tras temporada, para aportar frescura y mantener vivo el icono de Disney. Un conjunto para regalar o autoregalarse.



**ELE KA**

ELE KA, que se encuentra en una transformación hacia la sostenibilidad, presentó Capri. La esencia mediterránea se deja ver en piezas para lucir siempre, como este collar que combina cadenas y un motivo circular colgante.



**Sovrani**

De nuevo los eslabones vuelven a ser protagonistas, esta vez con una forma diferente y original. Una pulsera que abraza la muñeca con un estilo sofisticado y mezclando materiales para un efecto diferente.



**Studio 1**

Artesanía y minimalismo se dan la mano en una joya única. Studio 1 propone anillos y alianzas diferentes, ofreciendo un nuevo giro a este tipo de joyas con el objetivo de conquistar a mujeres que cuidan cada detalle.



**We Speak Diamond**

Las rivieras son la tendencia sorpresa de la temporada. Un clásico que vuelve y conquista incluso a las nuevas generaciones, obsesionadas con joyas de siempre para lucir con nuevos estilos. A las clásicas pulseras se unen collares, como propone We Speak Diamond, y también pendientes.

# Metalizados y mucho **BLING**

Beatriz Badás Álvarez

**E**n moda, hablamos de una tendencia controvertida y futurista; en materia joyas, del regreso del *bling* y el resurgir de todo lo plateado. La tendencia metálica se cuela con fuerza este otoño tanto en armarios como en joyas; más allá de lentejuelas y cristales, las prendas con efecto metalizado se hacen virales y, al mismo tiempo, se acompañan con joyas que brillan más que nunca. De la pasarela a la calle hablamos, sin duda, de la tendencia que ha llegado para quedarse y que ha conquistado a todo tipo de público.

Si lo plateado gana por goleada, los

metalizados en dorado y negro también se alían con la tendencia, consiguiendo un joyero en el que el extra de *bling* es lo único que importa. Una propuesta que llega no solo para conquistar las próximas fechas festivas, si no que también el día a día. Una tendencia que cuenta con un carácter versátil y con un gran abanico de posibilidades que hacen que brillemos a plena luz del día.

Así, los armarios más futuristas y avividos se combinan con joyas en formato maxi, esenciales y otras que combinan texturas y materiales y que juegan con sus formas. Todas ellas con un denominador común: el *bling bling* que siempre ha conquistado al universo de la joyería. ♦



Bustinza



Roberto Coin



Nomination



Magic Wire



Nanis



LUZZ Diamonds



Durán Exquise



Itemporality



PVP: 29€

PVP: 29€



PVP: 24€

PVP: 24€

Tone Watch



Distribuidor Oficial: TONEWATCH - Tel.: 91 327 08 44 - www.tonewatch.com - web@tonewatch.com

Compartimos 8 reflexiones con Liana Pattihis

## Premio Internacional ARTE Y JOYA 2022



© Beatriz Badás Álvarez

Presentamos a la ganadora del Premio Internacional Arte y Joya 2022, Liana Pattihis. Tras una edición reñida y cargada de talento y calidad, finalmente podemos anunciar y conocer más a fondo a la ganadora de esta edición. Liana Pattihis, nacida en Chipre, cuenta con una larga trayectoria en el campo de la joyería contemporánea; desde educación y profesión hasta exposiciones, premios y colecciones.

**Eres la ganadora del Premio Internacional Arte y Joya, seleccionada entre 133 participantes. ¿Qué significa para ti recibir este premio?**

Me siento muy honrada al ganar este premio, sobre todo después de dos años de hibernación profesional debido a la pandemia. Ser premiada significa mucho para mí, ya que me da ánimos para seguir con mi camino creativo. Sin embargo, ganar un premio conlleva una gran responsabilidad y expectativas. Mi objetivo ha sido y será siempre seguir creando y mejorando, independientemente de si mi trabajo es premiado al final del día o no.

**¿Cómo fueron tus inicios en la joyería contemporánea y por qué decides especializarte en esta rama?**

Después de pasar muchos años como diseñadora de interiores, persiguiendo a constructores y almacenistas, me di cuenta de que mi creatividad estaba siendo comprometida. Decidí que necesitaba un nuevo reto en

mi vida. Siempre me ha gustado hacer cosas a mano y tenía una pasión innata por la joyería. En ese momento estaba ayudando a mi hijo con su portfolio para estudiar arquitectura, y a la vez empecé a buscar cursos para mí. Pasé todo un año preparando mi portfolio y me ofrecieron una plaza en la Universidad de Middlesex para un curso de licenciatura de 4 años con Caroline Broadhead, Directora del departamento de joyería. Me gradué en 2007 como primera clase con honores.

**¿Cómo describirías tu trabajo y bajo qué filosofía y valores creas cada pieza?**

Describiría mi trabajo como una expresión de mí como persona. Me inspiro en cosas que me gustan o me intrigan, y que luego se puedan traducir en piezas para llevar. Trato de que cada día sea una fuente de oportunidades e inspiración. Los elementos de mi herencia Greco-Chipriota, un edificio o una forma interesante, una textura, la naturaleza, incluso las citas o las ideas filosóficas que hay detrás de las cosas me proporcionan un sinfín de inspiraciones. Lo que veo y encuentro interesante o inspirador se almacena en forma de imágenes, reales o mentales, a las cuales recorro cada vez que tengo que crear una nueva serie. Esta base es la que da continuidad a mi trabajo, ya que una obra informa e influye en la siguiente. Durante los últimos cinco años he trabajado con piezas de porcelana rotas o desechadas que se han considerado redundantes y no deseados por su aspecto y estado. Dar a estas piezas una nueva vida como pieza de joyería hace que el trabajo sea muy satisfactorio para mí.

**¿Qué buscas transmitir con tu trabajo?**

A través de mi trabajo, me gusta activar la curiosidad y las emociones, encontrar una conexión, un punto de conversación que pretende iniciar un diálogo, entre el artista y el usuario.

**¿Crees que la joyería contemporánea cuenta con la visibilidad y reconocimiento que se merece?**

Sin duda, la joyería es una de las formas de expresión más antiguas, y la joyería contemporánea data de hace sólo 50-60 años. Sin embargo, ha recorrido un largo camino y he notado un gran salto desde principios de los años 2000, cuando me involucré por primera vez en este campo de expresión artística. Sin embargo, aún queda mucho por hacer para promover la joyería contemporánea y educar al público más conservador y tradicional.

**¿Qué planes de futuro nos puedes adelantar?**

Mis planes para el futuro son seguir trabajando con nuevas ideas e inspiraciones para mostrar y promocionar mi trabajo en exposiciones selectas. Paralelamente, estoy trabajando en una nueva línea de objetos para el hogar, impresos con diseños inspirados en imágenes de mis piezas de joyería, que trabajo digitalmente para crear patrones interesantes y únicos. Estos se aplican a piezas únicas para el hogar, así como a accesorios como bufandas.

**Hablando del futuro, ¿cuál cree que debería ser el futuro de la joyería contemporánea?**

La joyería contemporánea se considera una forma de arte utilizada para expresar el concepto, la creatividad y la inspiración. Se considera y se acepta como un movimiento artístico progresista, una expresión creativa, que es una representación de la propia cultura, identidad y actitudes sociales, ideales políticos, creencias religiosas y mucho más. Con tantos temas culturales y políticos en primera línea en los medios de comunicación hoy en día, creo que esta forma de expresión artística irá a mas.

**¿Qué le dirías a los nuevos artistas que se inician en este oficio?**

Que sean fieles a sí mismos, que afronten cada rechazo con la determinación de hacerlo mejor, en lugar de utilizarlo como excusa para sentirse fracasados; que trabajen con entusiasmo y pasión. Si te apasiona lo que haces, se nota en todo el trato con los demás, sobre todo cuando hablas de tu trabajo, te vuelves más afín y quizá también más memorable. ♦

### Sobre Liana Pattihis

- Nació en Chipre.
- En 1979 estudió arte y diseño en la Birmingham Polytechnic.
- En 1980 estudió diseño de interiores en la misma escuela.
- En 2002 estudió un curso de diseño de joyería en la Central Saint Martin's College of Art and Design.
- En 2007 continuó estudiando diseño de joyería en la Middlesex University.
- En 2011 y 2016 recibió el premio en Joya Barcelona.
- Ha recibido diferentes premios internacionales.
- Su trabajo ha estado presente en múltiples exposiciones.
- Destaca su presencia en exposiciones como la Jewelry Week de Joya Barcelona (2016).
- En 2018 y 2021 estuvo presente en el Museo del Disseyne de Barcelona con la exposición Joya Barcelona Art Jewellery and Objects.
- También en Vicenzaoro en 2017.
- En 2023 se podrá disfrutar de su trabajo en Francia en el Giroussens Contemporary Ceramic center.

Premio Internacional ARTE Y JOYA 2022



**Obra Ganadora**  
**Too hot to handle**  
Broche  
Colección: Scentimental. 2022



**Green Aura**  
Broche  
Colección: Scentimental. 2021



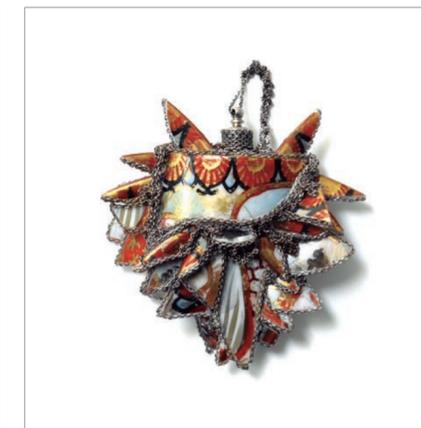
**All that Glistens**  
Broche. 2021



**A Bird in Hand**  
Broche  
Colección: Scentimental. 2021



**Handle with Love**  
Broche  
Colección: Scentimental. 2021



**Dazzle Latest**  
Broche  
Colección: Scentimental. 2021

# Un mes y 4 ARTISTAS, por Nicolás Estrada

Esta es mi última columna, aprovecho para despedirme y agradecer a todos los que me han leído durante estos meses y a Grupo Duplex por haberme abierto este espacio, escribir para *Contraste* y enseñar a todos estos artistas ha sido una expe-

riencia maravillosa. Este mes les presento a cuatro joyeras a quienes admiro, con tiendas y talleres donde se venden piezas extraordinarias para regalar en estas Navidades. Hasta una próxima oportunidad. ¡Felices fiestas y gracias por todo! ♦



© Frank Díaz



© Julio Mesa

**Isabel Herrera**  
Venezolana, actriz y joyera. La actuación la lleva a vivir a México, donde se enamora de la platería. Se traslada a Barcelona donde realiza estudios en la Escuela Massana y en diversos talleres. Siempre ha estado involucrada en el mundo del arte haciendo énfasis en la joyería. Crea una amplia gama de joyas y objetos personalizados usando plata, oro, hierro y palabras. En el 2010 Fundó 'El Lavadero', un espacio de inspiración y encuentro de artistas y orfebres.  
IG. @isabelherrerajewelry



© Rob Glastra

**Núria Fuster Fabre**  
Joyer y gemóloga, se dedica a la atención al cliente en su tienda Fabre Gemmòlegs, situada en Badalona (Barcelona). Su trabajo empieza donde termina el del joyero: escuchar, atender y aconsejar al público personalmente y con conocimientos profesionales. Le apasionan las colecciones en plata de autor: joyas con alma, singulares por la huella íntima y personal del estilo artístico identitario propio de cada joyero artesano. Otra actividad que disfruta mucho es la remodelación de joyas.  
IG. @fabregemmolegs



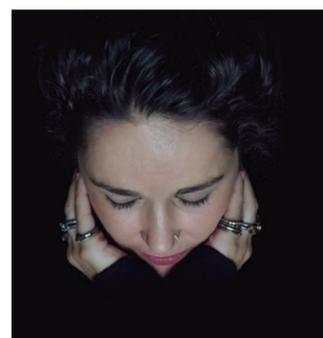
© Dani Tauste

Anillos y brazaletes en oro y plata.



© Julio Mesa

Fabre Gemmòlegs en su versión más navideña.



**Judit Via**  
Creadora de la marca JudJoes en 2008, joyera y gemóloga de profesión y vocación. Diseña joyas artesanales de carácter geométrico y minimalista. Siempre abierta a dar opciones para que todo el mundo decida su JudJoya especial. Ella, junto a un gran equipo de profesionales, trabajan para que la pieza final sea perfecta. Hace 10 años abrió su primera tienda. Vende las joyas tanto en la tienda JudJoes 2.0 de Reus como *online*.  
WEB. www.judjoes.com



© Daniel del Rio

**Pamela Masferrer**  
Joyer formada en la Escuela Massana y con experiencia profesional en Londres. Tras diez años detrás de la marca Amalia Vermell comienza en solitario el devenir de una firma más personal bajo su propio nombre. Crea colecciones de joyería que destacan por una elegante y sencilla belleza, con personalidad atribuida a su minimalismo y marcados colores. Todas las piezas de esta marca nacen y se hacen en su tienda-taller en el barrio de Gràcia.  
IG. @amaliavermell

"Special Freedom"  
Plata, oro, diamante.



"Pitágoras"  
Plata, latón chapado en oro, esmalte.



# madridjoya

Profesional

En coincidencia con

intergift  
bisutex  
MOMAD



Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia.

02-05  
Feb

2023  
Recinto Ferial  
ifema.es





MARK MADDOX



**MM1009-43**  
**69€**  
Caja y brazalete  
de acero



**HMO139-57**  
**85€**  
Caja y brazalete de acero  
200 m.



**MM1007-37**  
**75€**  
Caja y brazalete  
de acero



**MARKMADDOX.COM**

 /MARKMADDOXWATCHES

 /MARKMADDOXWATCHES

 /MARKMADDOXWATCHES

 MARK MADDOX WATCHES